EDITAL DE LICITAÇÃO

Modalidade : Concorrência **N.º 001/2014**

Nº do Processo no Portal de Compras: 1011014 114/2014

Objeto: **Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços de comunicação à ALMG.**

Tipo: **Melhor Técnica**

RECIBO

A sociedade empresária _____

retirou este Edital de licitação e deseja ser informada de qualquer alteração pelo e-mail

_____ ou pelo fax: _____.

_____, aos ___/___/_____.

Nome completo: _____

Cargo:_____

_____

(Assinatura)

OBS.: ESTE RECIBO DEVERÁ SER REMETIDO À GERÊNCIA DE COMPRAS DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, PELO FAX (31)2108-7735 OU PELO E-MAIL LICITACAO@ALMG.GOV.BR**, PARA EVENTUAIS COMUNICAÇÕES AOS INTERESSADOS, QUANDO NECESSÁRIO.**

É IMPORTANTÍSSIMO O ENVIO DESTA PÁGINA À ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS

O edital constante dos autos prevalecerá sobre o disponibilizado na Internet, caso haja divergências entre eles.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS

CONCORRÊNCIA N.º 001/2014

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 114/2014

EDITAL

A Comissão Permanente de Licitação da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais - ALMG, conforme autorização expedida pela **Mesa da ALMG** datada de **04/08/2014**, torna pública a abertura de licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA,** do tipo **"MELHOR TÉCNICA",** tendo por finalidade selecionar a proposta mais vantajosa para a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade à **ALMG.**

Esta licitação será regida pelas Leis Federais n.ºs 8.666/93 e 12.232/10; Lei Estadual n.ºs 13.994/01; Deliberações da Mesa da Assembleia Legislativa de Minas Gerais 2.396/2007, 2.430/2008 e 2.514/2011; Portaria PRES/PSEC nº 40/2009 da ALMG; normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial a Lei nº 4.680/65; o Decreto Federal nº 57.690/66, parcialmente modificado pelo Decreto Federal nº 4.563, de 31/12/2002; o Código de Auto-Regulamentação Publicitária, de 1978; as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, contidas em documento assinado pelas entidades nacionais representativas dos segmentos que compõem esta atividade, em São Paulo, edição de janeiro de 2003, sob orientação do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP); e demais dispositivos aplicáveis.

As sessões públicas desta concorrência serão realizadas na Sala da Comissão Permanente de Licitação, na Rua Martim de Carvalho, 94 - 5º andar, Bairro Santo Agostinho – Belo Horizonte-MG **- CEP 30.190-090.**

A sessão de recebimento dos envelopes das propostas técnica e de preço, bem como a realização da abertura dos invólucros será a partir das **09:30 horas do dia 20/10/2014**, HORÁRIO DE BRASÍLIA - DF.

1 - DO OBJETO

1.1 - Constitui objeto desta licitação a qualificação, seleção e contratação de agência propaganda, pelo período de 12 (doze) meses, para prestação dos serviços de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e informar o público em geral, incluindo como atividades complementares:

1.1.1 - planejamento e 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;

1.1.1.1 - as pesquisas e avaliações previstas acima terão finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.1.2 - a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

1.2 - Não está contemplada no objeto desta licitação a publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada no Diário Oficial.

1.3 - A especificação do objeto da presente licitação completa-se com o conteúdo do **"Briefing" (Anexo I),** que contém informação, instrução e orientação para que os interessados elaborem propostas e é parte integrante deste edital.

1.4 - O público-alvo dos serviços licitados é primordialmente a população do Estado de Minas Gerais, respeitados os segmentos específicos para a comunicação dirigida, como campanhas de lançamento e sustentação de ações, serviços e pesquisas, podendo atingir outros públicos internos ou externos à ação dos órgãos e entidades.

1.5 - A Agência atuará por conta e ordem da **ALMG,** em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/65, sendo que somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela **ALMG** poderão fornecer à **CONTRATADA** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1o do art. 2o da Lei 12.232/2010, na contratação de:

1.5.1 - fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos nos **subitens 1.1.1 a 1.1.3;**

1.5.2 - veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia, seja ela convencional, alternativa, digital ou online.

1.6 - É vedado incluir outros serviços não previstos acima, em especial as de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.7 - Entende-se como divulgação de marca a realização de patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação.

2 - DA PARTICIPAÇÃO

2.1 - Poderão participar da presente licitação sociedades empresárias especializadas, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680, de 18/06/65, reunidas ou não em consórcio, legalmente estabelecidas no País, que se encontrem em regular funcionamento e que preencham as condições exigidas por este edital.

2.2 - Em havendo propostas apresentadas por consórcios de sociedades empresárias, serão observadas as seguintes normas:

2.2.1 - Comprovação de compromisso público ou particular de constituição de consórcio subscrito pelas consorciadas, com indicação do percentual de participação de cada sociedade empresária consorciada e da sociedade empresária líder, necessariamente brasileira.

2.2.2 - Impedimento de participação de sociedade empresária consorciada, nesta licitação, através de mais de um consórcio ou isoladamente.

2.2.3 - Responsabilidade solidária dos integrantes pelos atos praticados em consórcio, tanto na fase de licitação como na execução do contrato.

2.2.4 - As sociedades empresárias licitantes consorciadas, se o consórcio for vencedor, ficam obrigadas a promover, antes da celebração do contrato, a constituição e o registro do consórcio junto à **JUCEMG**, nos termos do compromisso juntado ao processo licitatório, conforme modelo constante do **Anexo III**.

2.3 - Não poderá participar desta licitação a sociedade empresária que:

a) incidir no estipulado no art. 9.º da Lei n.º 8.666/93;

b) estiver incluída no Cadastro de Fornecedores Impedidos de Licitar e Contratar com a Administração Pública Estadual **(Lei Estadual 13.994/2001);**

c) incorrer em outros impedimentos previstos em lei.

2.4 - DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO

2.4.1 – O credenciamento, realizado na mesma sessão prevista no **subitem 3.1**, será feito através da apresentação de:

I) Para procurador do licitante: instrumento público de procuração ou instrumento particular com firma reconhecida, com poderes para falar em nome do licitante durante a reunião de abertura dos envelopes, seja referente à documentação ou às propostas, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame em nome do proponente, acrescido do estatuto ou contrato social no qual estejam expressos os poderes para outorga.

II) Para sócio, proprietário, dirigente ou assemelhado da sociedade empresária proponente: cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

2.4.1.1 - Em qualquer dos casos acima, deverá ser exibido, no ato do credenciamento, carteira de identidade ou outro documento equivalente.

2.4.2 - Os documentos de credenciamento serão juntados ao processo de licitação e examinados pela Comissão Permanente de Licitação antes do recebimento e da abertura dos envelopes.

2.4.3 - Para efeito de intimação e de acompanhamento dos atos praticados pela Comissão Permanente de Licitação, cada licitante deverá fornecer endereço eletrônico oficial (e-mail).

3 - DAS PROPOSTAS

3.1 - Todos os envelopes das propostas técnicas e de preços deverão ser apresentados hermeticamente fechados, com documentos internos numerados, e entregues na **Gerência de Compras da ALMG** na Rua Martim de Carvalho, 94 - 5º andar, Bairro Santo Agostinho – Belo Horizonte-MG - CEP 30.190-090, até o dia e hora constantes no preâmbulo deste edital. A entrega antecipada poderá ser realizada no horário de 08:00 às 18 horas, de segunda a sexta-feira.

3.2 - As propostas técnica e de preços serão apresentadas em 04 (quatro) envelopes distintos, hermeticamente fechados, que serão assim designados:

I) **Envelope "A"** – Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada);

II) **Envelope "B" –** Plano de Comunicação Publicitária (via identificada);

III) **Envelope "C"** – Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

IV) **Envelope "D"** – Proposta de Preços.

3.2.1 - O **Envelope "A"** não deverá conter qualquer tipo de identificação e os demais, além de sua designação, deverão mencionar:

I) Denominação da sociedade empresária concorrente, razão jurídica e, se houver, nome comercial ou fantasia;

II) Número desta Concorrência Pública;

III) Número do Processo no Portal de Compras.

3.3 - A abertura dos envelopes **"A" e "C"** será processada publicamente, na mesma sessão do item anterior, ocasião em que será lavrada ata dos trabalhos, devendo os documentos ser rubricados pelas licitantes ou comissão por elas composta, e pelos membros da Comissão Permanente de Licitação.

3.4 - A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para as licitantes: a confirmação de que receberam, da Comissão Permanente de Licitação, o **envelope "A"**, padronizado, referido no **subitem 3.2**, do edital, conforme **Anexo IV**.

4 - ENVELOPE "A" – PROPOSTA TÉCNICA

4.1 - Este envelope deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária (**VIA NÃO IDENTIFICADA**), elaborado com base no "**Briefing" (Anexo I)**, o qual compreenderá os seguintes quesitos, sendo que cada página deverá ter número máximo de 20 (vinte) linhas de 70 (setenta) toques, fonte "Times New Roman", corpo 12, tinta preta em papel branco A4, 75g/m².

a) **raciocínio básico:** texto de, no máximo, 03 (três) páginas, em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as atividades da **ALMG**, suas necessidades de comunicação, suas linhas de atuação e os desafios a serem enfrentados, de acordo com as informações apresentadas no **"Briefing" (Anexo I)**;

b) **estratégia de comunicação publicitária**: texto de, no máximo, 03 (três) páginas, em que a licitante apresentará o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação da **ALMG** e defenderá essa opção;

c) **ideia criativa**: texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da **ALMG**. A ideia criativa deve constituir uma proposta de concretização do raciocínio básico;

c.1) como parte do quesito ideia criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de concretização do raciocínio básico e demonstrem sua harmonia com a redução da mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças só poderão ser apresentados sob a forma de roteiro, "layout", "story-board" impresso ou "monstro" de "spot" de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante, limitados a 7 (sete).

d) **estratégia de mídia e não mídia**: texto de, no máximo, 03 (três) páginas (não computados o plano de distribuição das peças e as tabelas), em que a licitante deverá, de acordo com as informações do "Briefing" e com a verba colocada como referencial para a campanha:

d.1) demonstrar capacidade para atingir e sensibilizar os principais públicos-alvos da campanha;

d.2) indicar o uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, se houver.

4.1.1 - A apresentação do Plano de Comunicação Publicitário deverá seguir a seguinte formatação:

Título (se houver):
- fonte: "Times New Roman", corpo 14, negrito;
- espaçamento entre linhas: simples;
- alinhamento: à esquerda;

Subtítulo (se houver):
- fonte: "Times New Roman", corpo 12, negrito;
- espaçamento entre linhas: simples;
- alinhamento: à esquerda;

Corpo de texto:
- número máximo de linhas em cada página: 20 (vinte) linhas de 70 (setenta) toques;
- fonte: "Times New Roman", corpo 12, normal;
- espaçamento entre linhas: duplo;
- alinhamento geral: justificado, com recuo de 1,25 cm na primeira linha de cada parágrafo;

- margens da página: superior: 5 cm, inferior: 4 cm, esquerda: 3 cm e direita: 3 cm;
- numeração da página: sequencial, no canto inferior direito e com a mesma fonte utilizada no texto.

4.2 - No cálculo da distribuição dos custos para a produção e veiculação da campanha, a licitante utilizará como referencial uma verba de **R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)** para uma campanha educativa/informativa sobre as ações da **ALMG** em relação ao público-alvo, nos termos do art. 7º, IV, da Lei 12.232/2010.

4.2.1 - Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e das praças a serem considerados na simulação de mídia. A licitante deverá evidenciar a utilização dos recursos mediante a apresentação de distribuição percentual de verba disponível, nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, justificando a aplicação.

4.2.2 - A critério da **ALMG**, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

4.3 - O "Plano de Comunicação Publicitária" – **Via não Identificada**, não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da licitante.

4.4 - Os exemplos de peças que integram a "Ideia Criativa", sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do **Envelope "A"**.

4.5 - O **envelope "A"** será padronizado, fornecido pela **Gerência de Compras da ALMG**, e deverá ser retirado pelas licitantes na Rua Martim de Carvalho, 94 - 5º andar, Bairro Santo Agostinho – Belo Horizonte-MG - CEP 30.190-090, no horário de 08:00 às 18 horas, de segunda a sexta-feira, até **03 (três) dias** úteis antes da data prevista no preâmbulo deste edital para entrega dos envelopes.

4.5.1 - O **envelope "A"** será no formato A3, cor parda, envelope tipo saco, com identificação da marca da Assembleia Legislativa de MG, número do Processo no Portal de Compras e número da Concorrência.

4.5.2 – Será desclassificada a licitante que descumprir o disposto no **subitem 4.5**, bem como identificar, de qualquer forma, este envelope ou o **Plano de Comunicação Publicitária**, nos termos do art. 6º, XIV da Lei 12.232/2010.

5 - ENVELOPE "B" – PROPOSTA TÉCNICA

5.1 - O "Plano de Comunicação Publicitária", **via identificada**, será apresentado no **envelope "B"**, identificado com os seguintes dizeres:

"**CONCORRÊNCIA N.º 001/2014**
PROPOSTA TÉCNICA (VIA IDENTIFICADA)
(Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa (sem peças ilustrativas) e Estratégia de Mídia e Não Mídia)
RAZÃO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA/CONSÓRCIO LICITANTE".

5.1.1 - O **Envelope "B"** será providenciado pela licitante e poderá ser adequado ao seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações nele contidas, até a sua abertura.

5.2 - O Plano de Comunicação Publicitária, sem as peças ilustrativas da "Ideia Criativa", deverá ser constituído de uma simples **cópia da via não identificada**, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente comprovados.

6 - ENVELOPE "C" – PROPOSTA TÉCNICA

6.1 - O **Envelope "C"** conterá o seguinte conjunto de informações: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Deverá ser identificado com os seguintes dizeres:

"CONCORRÊNCIA N.º 001/2014
PROPOSTA TÉCNICA (CONJUNTO DE INFORMAÇÃO)
(Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação)
RAZÃO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA/CONSÓRCIO LICITANTE"

6.1.1 - O quesito "Capacidade de Atendimento" compreenderá:

a) Sob a forma de textos, a licitante apresentará:

a.1) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do Contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos, em condições normais de trabalho, para a criação de campanha, criação de peças avulsas, e elaboração de Plano de Mídia;

a.2) a discriminação das informações de comunicação que colocará regularmente à disposição da **ALMG** sem ônus adicional, durante a execução do Contrato;

a.3) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.

6.1.2 - O quesito "Repertório" deverá conter:

a) apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver;

b) a licitante poderá apresentar até 05 (cinco) peças, no total, considerando os meios impressos e/ou eletrônicos.

c) cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, do anunciante, data de produção e período de veiculação.

d) os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles, em CD (compact disc), não regraváveis;

e) não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

6.1.3 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

a) deverá ser apresentado 01 (um) "case", relatando, em no máximo (03) três páginas de, no máximo, 20 (vinte) linhas de 70 (setenta) toques, fonte "Times New Roman", corpo 12, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados e as soluções encontradas, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo.

7 - ENVELOPE "D" - DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.1 - A proposta de preços deverá estar em envelope hermeticamente fechado, distinto do envelope da proposta técnica, com os seguintes dizeres:

"CONCORRÊNCIA N.º 001/2014
PROPOSTA DE PREÇOS

NOME DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA/CONSÓRCIO LICITANTE"

7.2 - A proposta, devidamente assinada, com o nome e o endereço da licitante bem legíveis, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, sem possibilidade de alterações, contrapropostas ou condicionamentos, deverá ser formulada mediante o preenchimento do **Anexo II (Proposta de Preços)** deste edital ou mediante o preenchimento de impresso próprio da licitante, desde que mantidos todos os dados do referido anexo.

7.3 - As licitantes deverão apresentar, ainda que reunidas em consórcio, uma única proposta de preços.

7.4 - A execução dos serviços de que trata este edital será assim remunerada:

7.4.1 - Relativamente à veiculação, os serviços publicitários farão jus ao desconto padrão de agência não inferior a 20% sobre o valor dos negócios encaminhados ao veículo, considerando-se o desconto concedido pelos veículos de comunicação sobre seus preços de tabela, deduzido o percentual de desconto previsto no Anexo "B" - "Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios" do subitem 4.4 das Normas Padrão do CENP.

7.4.1.1 - Para fins da definição do percentual de desconto previsto no Anexo "B" do subitem 4.4 das Normas Padrão do CENP a que se refere o subitem anterior, será considerado, desde o primeiro faturamento, o percentual correspondente ao enquadramento do montante global do contrato.

7.4.2 - Por honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados junto a fornecedores especializados, cadastrados junto à **ALMG**, conforme estabelecido no art. 14 da Lei n.º 12.232/2010, quando a responsabilidade sobre a produção, acompanhamento e faturamento for do licitante.

7.4.3 - Pelos preços estabelecidos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, para os serviços ali previstos, deduzido o percentual de desconto proposto pela agência.

7.4.4 - Pelo percentual de 5% (cinco por cento), conforme estabelecido no item 3.6.2 das Normas do CENP, de acordo com o desconto sobre "honorários" para os casos em que a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, conforme desconto oferecido junto à proposta de preços de que trata este edital. Esta hipótese aplica-se quando a responsabilidade sobre a produção e o acompanhamento for da ALMG.

7.5 - A proposta de preço deverá indicar:

7.5.1 - O percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação aos previstos na tabela do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de Minas Gerais, que não poderá ser superior a 50% (cinquenta por cento), conforme art. 48, II, da Lei Federal nº 8.666/93.

7.5.1.1 - Não se admitirá proposta que apresente percentual de desconto simbólico, irrisório ou de valor zero, incompatível com os de mercado.

7.6 - A Comissão Permanente de Licitação analisará as propostas de preços apresentadas pelas licitantes.

7.7 - Os percentuais de desconto propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7.8 - A proposta terá validade de 60 (sessenta) dias contados da data de abertura dos envelopes de preços.

8 - DA HABILITAÇÃO

8.1 - Somente as licitantes classificadas no julgamento final das propostas técnica e de preços apresentarão os documentos de habilitação exigidos neste edital.

8.1.1 - Os documentos exigidos para a habilitação deverão estar em envelope hermeticamente fechado.

8.2 - A habilitação da licitante será aferida por intermédio de documentos relativos à capacitação jurídica, à regularidade fiscal, à qualificação técnica e à qualificação econômico-financeira.

8.2.1 - A capacitação jurídica será comprovada por:

a) registro comercial, no caso de empresa individual;

b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, com a última alteração, se houver, devidamente registrado, e, no caso de associação ou sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

c) decreto de autorização, em se tratando de sociedade empresária ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e prova de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) As sociedades empresárias licitantes consorciadas, se o consórcio for vencedor, ficam obrigadas a promover, antes da celebração do contrato, a constituição e o registro do consórcio junto à **JUCEMG**, nos termos do compromisso juntado ao processo licitatório, conforme modelo constante do **Anexo III**.

8.2.2 - A regularidade **fiscal e trabalhista** será atestada por:

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

b) Certidão de regularidade com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço **(FGTS)**;

c) Certidão de regularidade com o Instituto Nacional de Seguridade Social **(INSS)**;

d) Certidão de regularidade com a **Fazenda Federal**;

e) Certidão de regularidade com a **Fazenda Estadual**;

f) Certidão de regularidade **trabalhista**;

g) Certidão de regularidade com a **Fazenda Municipal**;

h) Nos casos de **MEs e EPPs optantes pelo Simples Nacional,** a licitante deverá apresentar ficha de inscrição estadual confirmando a opção, podendo a Comissão Permanente de Licitação consultar a opção por esse regime por meio do site http://www.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional.

8.2.2.1 - O **CRC - Certificado de Registro Cadastral, atualizado**, emitido por órgão ou entidade pública federal, estadual ou municipal, nos termos do art. 32, § 3º, da Lei 8.666/93, comprovando o cadastramento para a finalidade pertinente à desta licitação, substituirá os documentos mencionados nos **subitens 8.2.1 e 8.2.2**, desde que conste a indicação das respectivas certidões solicitadas com os devidos prazos de validade e sem nenhuma restrição.

8.2.2.2 - A regularidade perante o FGTS e o INSS, será aferida nos sites da Caixa Econômica Federal e do Ministério da Previdência e Assistência Social.

8.2.2.3 - A **prova de regularidade** com a **Fazenda Federal** deverá ser feita mediante a apresentação de **certidões** expedidas pela Secretaria da **Receita Federal do Brasil e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional**, nos termos do Decreto Federal n.º 6.106/2007, **ou ainda Certidão Positiva com Efeito de Negativa.**

8.2.2.4 - A **prova de regularidade** com a **Fazenda Estadual** deverá ser feita mediante a apresentação da **Certidão Negativa de Débito Plena ou ainda Certidão Positiva com Efeito de Negativa.**

8.2.2.5 - A prova de regularidade trabalhista deverá ser feita mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou Positiva Com Efeito de Negativa.

8.2.2.6 - A **prova de regularidade** com a **Fazenda Municipal** será feita mediante a apresentação da **Certidão Negativa de Débito Plena** ou **Certidão Negativa de Débito** quanto ao **ISSQN** (Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza), **ou ainda Certidão Positiva com Efeito de Negativa, desde que conste no corpo da certidão o número da inscrição municipal.**

8.2.2.7 - As MEs e EPPs deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de **comprovação de regularidade fiscal**, mesmo que essa apresente alguma restrição.

8.2.2.7.1 - Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis para regularização, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor.

8.2.2.7.2 - A não regularização da documentação relativa à regularidade fiscal implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

8.2.3 - A qualificação técnica será atestada por:

a) Atestado de Capacidade Técnica, emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove ter a licitante desenvolvido, de forma satisfatória, campanha publicitária cujas peças tenham sido veiculadas, **simultaneamente,** em rádio, televisão e jornal;

c) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo **Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP**, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

8.2.3.1 - À **ALMG reserva-se o direito de conferir "in loco" as informações** de que trata o documento referido no **subitem 8.2.3 alínea "a" e o item 8.3,** não se isentando a licitante da responsabilidade pela fidelidade das informações.

8.2.3.2 - O **atestado** mencionado no **subitem 8.2.3, alínea "a",** deverá conter **elementos suficientes que permitam a análise** por parte do setor técnico da **ALMG.**

8.2.4 - A qualificação econômico-financeira será atestada por:

a) Certidão Negativa de Falência ou em Recuperação Judicial expedida pelo distribuidor da sede (matriz) da licitante, com antecedência máxima de 45 (quarenta e cinco) dias da data prevista para o início da sessão pública;

b) Balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentadas na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da sociedade empresária, **vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios,** podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

8.2.4.1 - S**omente serão aceitos balanços publicados em jornais ou os termos de abertura,** de encerramento e do balanço patrimonial retirados do livro diário registrado na Junta Comercial ou Cartório de Registro de Pessoa Jurídica.

8.2.4.2 - Todos os documentos contábeis **deverão conter as assinaturas do técnico em contabilidade ou contador com o devido registro no Conselho Regional de Contabilidade** - CRC, e do sócio, diretor ou representante legal.

8.2.4.3 - Caso o representante legal que assina o balanço patrimonial esteja autorizado para tal através de **procuração específica, este documento também deverá ser apresentado.**

8.2.4.4 - As **MEs e EPPs estão dispensadas do balanço patrimonial apenas para fins fiscais**. Assim, para a presente licitação, é obrigatória a apresentação desta peça, bem como de prova de seu enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte registrada na Junta Comercial, dispensando-se apenas a publicação e a sua transcrição no livro diário.

8.2.4.5 - A **capacidade econômico-financeira** da licitante, na forma da documentação mencionada n**o subitem 8.2.4**, será aferida mediante a obtenção dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo:

$$\text{Liquidez Geral (LG)} = \frac{\text{Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}} \geq 1{,}00$$

$$\text{Solvência Geral (SG)} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}} \geq 1{,}00$$

$$\text{Liquidez Corrente (LC)} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}} \geq 1{,}00$$

8.2.4.6 - A licitante que apresentar resultado menor do que 1 (um) em qualquer um dos índices ora aferidos, deverá comprovar o patrimônio líquido positivo mínimo de R$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

8.2.4.7 - No caso de consórcio, os documentos exigidos para fins de habilitação deverão ser apresentados por parte de cada consorciada, admitindo-se, no entanto, para efeito de qualificação técnica, o somatório dos quantitativos de cada consorciada, caso o consórcio integre a classificação final e, para efeito de qualificação econômico-financeira, o somatório dos valores de cada consorciada, na proporção de sua respectiva participação.

8.3 - Ao participar do certame, a licitante **declara que, durante a vigência contratual, manterá pessoal qualificado, instalações e equipamentos necessários e disponíveis ao cumprimento do objeto** desta licitação **na Região Metropolitana de Belo Horizonte,** responsabilizando-se pela veracidade desta informação.

8.4 - O licitante, ao participar do certame, afirma cumprir o disposto no inciso XXXIII do artigo 7.º da Constituição Federal, responsabilizando-se pela veracidade desta informação.

8.5 - Sob pena de inabilitação, os documentos exigidos para habilitação deverão ser apresentados no original, cópia autenticada ou cópia não autenticada, acompanhada dos respectivos originais, para autenticação pela **ALMG**, ou por publicação em órgão da imprensa oficial, não se aceitando documentos via fax e nem a apresentação de protocolo em substituição a documento solicitado.

8.6 - Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar:

a) em nome do licitante, com número do CNPJ e endereço respectivo;

b) em nome da sede (matriz), se o licitante for a sede (matriz);

c) em nome da filial, se o licitante for a filial, salvo aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente forem emitidos somente em nome da sede (matriz).

8.7 - Os documentos exigidos para habilitação deverão ser datados dos últimos **180 (cento e oitenta) dias** da data prevista para a abertura das propostas, quando não houver prazo estabelecido pelo órgão competente expedidor ou por outra norma legal, ressalvados o **atestado de capacidade técnica descrito no subitem 8.2.3, alínea "a"**, do qual não é exigida limitação de data e o referente à **Certidão Negativa de Falência ou em Recuperação Judicial**, **subitem 8.2.4, alínea "a"**, cuja antecedência máxima será de **45 (quarenta e cinco) dias**.

8.8 - A falta de quaisquer dos documentos ou o descumprimento das exigências previstas nos subitens anteriores implicará na INABILITAÇÃO do licitante.

8.9 - Havendo superveniência de fato impeditivo à participação do certame, fica o licitante obrigado a declará-lo, sob o risco de sofrer as penalidades legais cabíveis.

8.10 - A apresentação da proposta por parte do licitante significa o pleno conhecimento e sua integral concordância com as cláusulas deste edital.

8.11 - Os documentos exigidos para a habilitação deverão estar em envelope hermeticamente fechado, com os dizeres:

"CONCORRÊNCIA N.º 001/2014
DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
RAZÃO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA/CONSÓRCIO LICITANTE"

9 - CRITÉRIOS DE ABERTURA DE ENVELOPES E JULGAMENTO

9.1 - Os envelopes com as propostas técnicas e de preços, conforme descrito no **item 3.2,** serão entregues na Comissão Permanente de Licitação até a data e o horário previstos no preâmbulo deste Edital.

9.1.1 - Os **Envelopes "A"**, padronizados, fornecidos pela **Gerência de Compras da ALMG**, somente serão admitidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

9.1.2 - A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhuma marca ou sinal nos **Envelopes "A"**, padronizados, que conterão o Plano de Comunicação Publicitária – **Via não Identificada**.

9.1.3 - Os documentos contidos nos **Envelopes "A"**, padronizados, que apresentarem qualquer elemento que possa identificar as licitantes que os apresentarem não serão admitidos, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

9.1.3.1 - Após a abertura dos **envelopes "A"**, padronizados, estes serão colocados em uma caixa, que será lacrada e rubricada por todos os presentes, sendo posteriormente encaminhada **à Subcomissão Técnica prevista no subitem 9.3.**

9.2 - Após decurso do prazo legal sem interposição de recurso, havendo desistência expressa das licitantes ou após o julgamento dos recursos interpostos, será aberto o **Envelope "C"** das licitantes admitidas ao pleito, franqueando o exame dos documentos deles constantes aos presentes.

9.3 - O julgamento das Propostas Técnicas contidas nos **Envelopes "A"**, padronizados, será feito por uma **Subcomissão Técnica** que não poderá participar da sessão pública de recebimento dos **Envelopes "A", "B", "C" e "D"** e abertura dos **Envelopes "A" e "C"**.

9.4 - A Comissão Permanente de Licitação encaminhará os **Envelopes "A" e "C" à Subcomissão Técnica,** que efetuará o julgamento tendo por base os seguintes atributos da proposta, em cada item e subitem:

9.4.1 - Plano de Comunicação (**Envelope "A"**)

9.4.1.1 - Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das características da **ALMG** e das atividades que sejam significativas para a sua comunicação publicitária;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da **ALMG** com seus públicos;

c) do papel da **ALMG** no atual contexto social, político e econômico;

d) da linha específica de comunicação a ser adotada pela **ALMG**, na visão da licitante.

9.4.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária:

a) a adequação do conceito e do partido temático propostos à natureza e qualificação da **ALMG** e a sua comunicação;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;

c) a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da **ALMG** com seus públicos.

9.4.1.3 - Ideia Criativa:

a) sua adequação à comunicação da **ALMG**;

b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;

d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

f) sua pertinência às atividades da **ALMG** e à sua inserção na sociedade;

g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;

h) a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

9.4.1.4 - Estratégia de Mídia e não Mídia:

a) o conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;

d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

e) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da **ALMG**.

9.4.2 - Conjunto de Informações (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) – **(Envelope "C")**

9.4.2.1 - Capacidade de Atendimento:

a) pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos indicados na proposta às necessidades da **ALMG**;

b) as informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da **ALMG**, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;

c) a operacionalidade do relacionamento entre a **ALMG** e a licitante, esquematizado na Proposta.

9.4.2.2 - Repertório:

a) a ideia criativa e sua pertinência;

b) a clareza da exposição;

c) a qualidade da execução e do acabamento.

9.4.2.3 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

a) a concatenação lógica da exposição;

b) a evidência de planejamento publicitário;

c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

d) a relevância dos resultados apresentados.

9.5 - A nota da proposta técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada mediante critérios técnicos, priorizados os seguintes aspectos:

9.5.1 - Plano de Comunicação Publicitária – 70 (setenta) pontos, a serem distribuídos da forma abaixo indicada:

9.5.1.1 - raciocínio básico – 18 (dezoito) pontos, sendo, no máximo, 4,5 (quatro e meio) pontos para cada item especificado no **subitem 9.4.1.1**.

9.5.1.2 - estratégia de comunicação publicitária – 18 (dezoito) pontos, sendo, no máximo, 06 (seis) pontos para cada item especificado no **subitem 9.4.1.2.**

9.5.1.3 - ideia criativa – 24 (vinte e quatro) pontos, sendo, no máximo, 03 (três) pontos para cada item especificado no **subitem 9.4.1.3.**

9.5.1.4 - estratégia de mídia e não mídia – 10 (dez) pontos, sendo, no máximo, 02 (dois) pontos para cada item especificado no **subitem 9.4.1.4.**

9.5.2 - Conjunto de Informações - 30 (trinta) pontos, a serem distribuídos da forma seguinte:

9.5.2.1 - capacidade de atendimento - 12 (doze) pontos, sendo, no máximo, 04 (quatro) pontos para cada item especificado no **subitem 9.4.2.1.**

9.5.2.2 - repertório - 9 (nove) pontos, sendo, no máximo, 03 (três) pontos para cada item especificado no **subitem 9.4.2.2.**

9.5.2.3 - relatos de soluções de problemas de comunicação - 09 (nove) pontos, sendo, no máximo, 2,25 (dois inteiros e vinte e cinco centésimos) pontos para cada item especificado no **subitem 9.4.2.3.**

9.6 - A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da **Subcomissão Técnica**, calculada com 02 (duas) casas decimais após a vírgula.

9.6.1 - A **Subcomissão Técnica** reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações.

9.6.1.1 - 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, nos termos do art. 6º, §1º, da Lei 12.232/2010.

9.6.2 - Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das propostas técnicas, a licitante que obtiver a maior pontuação, seguida das demais licitantes, observada a pontuação decrescente.

9.7 - O julgamento desta licitação será feito pelo critério de melhor técnica.

9.8 - A apuração do resultado geral das Propostas Técnicas ocorrerá em sessão pública, observados os seguintes procedimentos:

a) abertura do **Envelope "B"** contendo a **Via Identificada** do Plano de Comunicação Publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração da planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica (**Envelope "A"** + **Envelope "C"**), registrando-se em ata a ordem de classificação e as propostas desclassificadas;

d) publicação do resultado do julgamento da Proposta Técnica, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

9.9 - Serão desclassificadas as propostas que:

a) não atenderem as disposições contidas neste Edital;

b) apresentarem vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes;

c) não alcançarem, no total, a nota mínima de 60 (sessenta) pontos;

d) obtiverem nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos;

e) descumprirem o disposto nos incisos XII e XIII do art. 6º da Lei 12.232/2010.

9.9.1 - Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições contidas neste Edital, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da **subcomissão técnica**, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do **Envelope "A"** – Plano de Comunicação Publicitária.

9.10 - Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos **subitens 9.4.1.1, 9.4.1.2, 9.4.1.3 e 9.4.1.4**.

9.11 - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada e para o qual serão convocadas todas as licitantes.

9.12 - Após decorrido o prazo de recurso da classificação das propostas técnicas, a Comissão Permanente de Licitação comunicará a todas as licitantes a data, local e horário da Sessão Pública da abertura da Proposta de Preços.

10 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

10.1 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda tendo sido julgados os recursos interpostos, serão abertos os **Envelopes "D"**, contendo as Propostas de Preços, em sessão pública realizada em local, data e hora previamente divulgados.

10.2 - Será desclassificada a proposta de preços que:

a) não atender às exigências deste edital e de seus anexos, que apresentar percentual de desconto baseado em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a prestação dos serviços.

b) apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

10.3 - Realizado o julgamento das propostas de preço, se a vencedora da fase de proposta técnica não houver apresentado a proposta de menor preço, abre-se, com ela, a negociação prevista na Lei Federal n.º 8.666/93, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a proposta de menor preço entre todas as licitantes classificadas, observada a ordem de classificação da proposta técnica.

10.4 - No caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação.

10.5 - Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso e, se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.

10.6 - A Comissão Permanente de Licitação lavrará ata dos trabalhos, apontando os fundamentos das seleções e desclassificações efetuadas, e dará publicidade à classificação final, abrindo-se prazo para recurso.

10.7 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentação, na data, local e hora designados, do **Envelope de Habilitação**, contendo os Documentos previstos no **item 8** deste Edital.

10.7.1 - No local, data e hora estabelecidos, e em sessão pública, a Comissão Permanente de Licitação receberá os **Envelopes de Habilitação** e os abrirá para análise e decisão de sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente edital.

10.7.2 - Se os documentos de habilitação da licitante primeira classificada no julgamento final atenderem ao exigido, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.

10.7.3 - Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão convocadas as demais classificadas, obedecida a ordem de classificação, até encontrar uma habilitada e esta será proclamada a vencedora da Licitação.

10.7.4 - Publicado o resultado e aberto o prazo recursal, respeitada toda a tramitação prevista no **subitem 10.7**, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto à licitante vencedora, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV, da Lei n.º 12.232/2010.

10.8 - Os envelopes das licitantes desclassificadas ou inabilitadas ficarão à disposição destas por 30 (trinta) dias contados da data de encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, a **ALMG** promoverá sua destruição.

11 - DAS DISPOSIÇÕES CONTRATUAIS

11.1 - As disposições contratuais, incluídos os prazos e condições para a execução do contrato, serão aquelas estabelecidas no **Anexo V - Minuta de Contrato**, cujo conteúdo é parte integrante deste edital, para todos os efeitos.

11.2 - A **ALMG** poderá ampliar ou reduzir quantitativamente o objeto desta licitação, respeitada a limitação prevista em lei, hipótese em que se fará o reajustamento correspondente e proporcional ao seu preço, desde que mantidas as condições gerais da proposta original.

11.3 - O objeto desta licitação deve ser executado diretamente pela **CONTRATADA**, não podendo ser subempreitado, cedido ou sublocado, excetuo quanto ao fornecimento de bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares indicadas nos subitens 1.1.1 a 1.1.3, conforme art. 14 da Lei 12.232/2010.

11.3.1 - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares apontadas nos subitens 1.1.1 a 1.1.3.

11.3.2 - O fornecimento de bens ou serviços especializados, na conformidade do previsto acima, exigirá sempre a apresentação pela **CONTRATADA** à **ALMG** de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

11.3.3 - No caso do **subitem 11.3.2**, a **CONTRATADA** procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do **ALMG**, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 20% (vinte por cento) do limite previsto para a alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

11.3.4 - 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 no 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no **subitem 11.3.3**.

11.4 - DA GARANTIA CONTRATUAL

11.4.1 - Para a fiel execução das obrigações assumidas, **no ato de assinatura do Contrato, a CONTRATADA deverá apresentar garantia no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do preço global contratado**, optando por uma das modalidades previstas no art. 56, § 1.º, da Lei n.º 8.666/93.

11.4.1.1 - A garantia prevista no **subitem 11.4.1** será liberada quando da execução integral do contrato.

11.4.1.2 - Em caso de opção pela modalidade de "seguro-garantia", não poderá haver cláusula de exclusão da responsabilidade sobre débitos de natureza trabalhista ou previdenciária.

11.4.1.3 - Em caso de opção pela modalidade "caução em dinheiro", o depósito deverá ser efetuado na Gerência de Tesouraria da ALMG.

11.4.1.4 - Em caso de **opção pela modalidade "caução em dinheiro**", nos termos do **subitem 11.4.1.3**, o Gestor do contrato **fará o preenchimento da "Autorização para Levantamento da Caução"** e providenciará junto à **Gerência-Geral de Finanças e Contabilidade da ALMG a liberação da referida caução, que será corrigida nos mesmos índices do reajuste do contrato**.

11.5 - DO REGIME DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

11.5.1 - Nos preços a serem praticados no contrato deverão estar incluídas todas as despesas relacionadas direta ou indiretamente com o cumprimento dos serviços, tais como: salário, direitos autorais, patrimoniais e de uso de imagem e som de voz, alimentação, administração, encargos sociais e trabalhistas, vale-transporte, equipamentos de proteção individual e coletiva, taxas, impostos, contribuições, fretes e outros porventura existentes.

11.5.2 - A **CONTRATADA** cederá à **ALMG**, total e definitivamente, todos os direitos patrimoniais de uso das ideias, incluídos os estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que

vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

11.5.3 - No caso de serviços que requeiram o pagamento a terceiros de cessão de direitos autorais, fica a **CONTRATADA** obrigada a solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para a execução dos serviços, sendo um de cessão de direitos por tempo limitado e o outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **ALMG** escolha uma das opções.

11.5.3.1 - Caso a opção seja pela cessão de direitos por tempo limitado, a **CONTRATADA** deverá condicionar expressamente a contratação dos terceiros à aceitação dos prazos de validade de direitos autorais estipulados conforme a necessidade de comunicação específica da **ALMG**, devendo ser utilizados os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

11.5.3.2 - Se a opção for pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva de direitos, a **CONTRATADA** deverá fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros cláusulas escritas que:

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

11.5.3.2.2 - estabeleçam que a **ALMG** poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

11.5.4 - Nos serviços que demandem a contratação de atores e modelos, a **CONTRATADA** obriga-se a apresentar pelo menos três opções, com os respectivos valores de cachês, neles incluídos os direitos de uso de imagem e som de voz, que deverão ser submetidos à aprovação da **ALMG**.

11.5.4.1 - No caso de reutilização de peças por igual período ao inicialmente contratado, o cachê poderá ser repactuado, tendo como limite o valor inicialmente contratado, aplicando-se, em tal caso, a variação do INPC/IBGE, desde que decorrido pelos menos 01 (um) ano da cessão original dos direitos. Caso a repactuação se dê por período inferior ou superior ao inicialmente contratado, o limite de valor será reduzido ou acrescido proporcionalmente.

11.5.5 - Os contratos celebrados pela **CONTRATADA** com terceiros que envolvam a cessão de direitos autorais, de uso de imagem e de som de voz deverão ser apresentados à **ALMG** necessariamente antes da veiculação e/ou publicação dos serviços.

11.5.6 - Compete à **CONTRATADA** responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que executados por terceiros, observando as normas éticas e técnicas aplicáveis, reparando, corrigindo, removendo, reconstruindo ou substituindo, às suas expensas, no total ou em parte, esses serviços, quando se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da má execução ou do emprego de materiais inadequados.

11.5.6.1 - A **ALMG** rejeitará, no todo ou em parte, o serviço ou fornecimento executado em desacordo com o contrato.

11.5.7 - O plano de mídia e demais documentos que contenham planejamento de serviços, custos ou avaliação de resultados deverão ser previamente submetidos à aprovação da **Diretoria de Comunicação Institucional** da **ALMG**.

11.5.8 - Os preços dos serviços não especificados na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais serão orçados por avaliação de peças similares, previstas na referida tabela.

11.5.9 - A **CONTRATADA** só poderá divulgar as informações acerca da prestação dos serviços que envolvam o nome da **ALMG** se houver expressa autorização desta.

11.5.10 - O pessoal a ser empregado na prestação dos serviços não terá qualquer vínculo empregatício com a **ALMG**, sendo de responsabilidade da **CONTRATADA** os encargos trabalhistas e previdenciários, fiscais e comerciais decorrentes da execução do contrato, bem como o cumprimento das convenções coletivas da categoria e de todos os dispositivos legais pertinentes.

11.5.10.1 - Os profissionais indicados na proposta técnica para fins de comprovação de capacidade de atendimento deverão participar, pessoalmente, da elaboração dos serviços previstos no objeto, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela **ALMG**.

11.5.11 - A **CONTRATADA** deverá credenciar preposto para representá-la junto à **ALMG**, com a incumbência de resolver todos os assuntos relativos à execução do contrato.

11.5.11.1 - O preposto deverá comparecer à sede da **ALMG**, de imediato, sempre que requisitado.

11.5.11.2 - Havendo impossibilidade de atendimento à **ALMG** por parte do preposto credenciado, caberá à **CONTRATADA** indicar substituto.

11.5.12 - A **CONTRATADA** e suas equipes submeter-se-ão às condições fixadas pela **ALMG** quanto ao comportamento, discrição e urbanidade em serviços executados em suas dependências, sujeitando-se às regras do sigilo em relação a assuntos de que tomem conhecimento em decorrência da execução dos serviços, inclusive após cessado o contrato.

11.5.13 - Todo equipamento e material de segurança necessários à execução do objeto da presente licitação serão de responsabilidade da **CONTRATADA**, devendo a sociedade empresária fiscalizar o seu uso adequado e o correto cumprimento das normas e medidas de segurança.

11.5.14 - Ressalvadas as hipóteses de caso fortuito ou força maior mencionadas no art. 393 do Código Civil, a **CONTRATADA** responderá pela cobertura integral de quaisquer prejuízos sofridos diretamente pela **ALMG** ou causados a terceiros, por ato ou fato, comissivos ou omissivos, da contratada ou de seus prepostos.

11.5.15 - Em caso de ocorrência dos prejuízos e danos previstos no **subitem 11.5.14**, a **ALMG** poderá abatê-los das faturas relativas aos serviços prestados pela **CONTRATADA** ou, se inviável a compensação, abater da garantia ou promover a cobrança judicial, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

11.5.16 - A **ALMG** divulgará as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados, nos termos do Art. 16 da Lei 12.232, de 29/04/2010.

11.5.17 - Durante a execução do contrato, obriga-se a **CONTRATADA** a manter todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

11.5.18 - Constituem motivos para rescisão do contrato os previstos na legislação pertinente.

11.6 - DA DISTRIBUIÇÃO DA PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

11.6.1 - A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da ALMG, se previamente os identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

11.6.2 - Conforme descrito no objeto, previsto no item 1.1, cabe à **CONTRATADA** intermediar e supervisionar a execução externa do serviço de distribuição de publicidade aos veículos de comunicação.

11.6.3 - Os custos e as despesas de veiculação apresentados à **ALMG** para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

11.6.3.1 - Pertencem à **ALMG** as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

11.6.3.2 - A concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação pela **CONTRATADA**, e os frutos deles resultantes constituem, na forma do art. 18 da Lei 12.232/2010, receita própria da **CONTRATADA** e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem anterior.

12 - DA VIGÊNCIA DO CONTRATO E DO CRITÉRIO DE REAJUSTE

12.1 - O prazo de duração do contrato será de **12 (doze) meses**, contados da data da assinatura, inclusive, prorrogável na forma da lei. O vencimento será o dia de igual número ou o subsequente, se faltar correspondente.

12.2 - Havendo prorrogação, **o valor anual do contrato** poderá sofrer reajuste calculado pela variação acumulada do INPC - Índice Nacional de Preços ao Consumidor, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, contada a partir da data do início do contrato.

13 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

13.1 - As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta **1011-01-122.701-2.009 - 3.3.90 (10.1)** da dotação orçamentária.

14 - DO PREÇO

14.1 - O valor máximo anual de pagamentos relativos ao contrato será de R$ 19.500.000,00 (dezenove milhões e quinhentos mil reais), ressalvada a possibilidade de ampliação ou redução prevista em lei.

14.2 - A execução dos serviços previstos no objeto será assim remunerada:

14.2.1 - Relativamente à veiculação, os serviços publicitários farão jus ao desconto padrão de agência não inferior a 20% sobre o valor dos negócios encaminhados ao veículo, considerando-se o desconto concedido pelos veículos de comunicação sobre seus preços de tabela, deduzido o percentual de desconto previsto no Anexo “B” - “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” do subitem 4.4 das Normas Padrão do CENP.

14.2.1.1 - Para fins da definição do percentual de desconto previsto no Anexo “B” do subitem 4.4 das Normas Padrão do CENP a que se refere o subitem anterior, será considerado, desde o primeiro faturamento, o percentual correspondente ao enquadramento do montante global do contrato.

14.2.2 - Por honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados junto a fornecedores especializados, cadastrados junto à **ALMG**, conforme estabelecido no art. 14 da Lei n.º 12.232/2010, quando a responsabilidade sobre a produção, acompanhamento e faturamento for da **CONTRATADA**.

14.2.3 - Pelos preços estabelecidos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, para os serviços ali previstos, deduzido o percentual de desconto proposto pela **CONTRATADA**.

14.2.4 - Pelo percentual de 5% (cinco por cento), conforme estabelecido no item 3.6.2 das Normas do CENP, de acordo com o desconto sobre “honorários” para os casos em que a responsabilidade da **CONTRATADA** limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento,

conforme desconto oferecido junto à proposta de preços da **CONTRATADA**. Esta hipótese aplica-se quando a responsabilidade sobre a produção e o acompanhamento for da **ALMG**.

15 - DA LIQUIDAÇÃO DA DESPESA E DO PAGAMENTO

15.1 - A liquidação da despesa será realizada pela área gestora/mantenedora do contrato, por meio da aceitação formal do objeto, desde que cumpridas as exigências contratuais e mediante a apresentação das notas fiscais/faturas e **CND/INSS.**

15.2 - O pagamento será mensal, em duas parcelas, mediante processo administrativo. A **CONTRATADA** apresentará as notas fiscais/faturas dos serviços efetivamente prestados à **Diretoria de Comunicação Institucional – DCI, até o 5º e o 15º dias úteis do mês,** e a **ALMG** disporá de até 10 (dez) dias úteis para efetuar o pagamento, contados da data da aceitação dos serviços, por meio de depósito em conta bancária de sua titularidade, formalmente indicada com os demais dados necessários à sua operacionalização, **nos termos da Deliberação da Mesa da ALMG nº 2.514/2011**.

15.2.1 - Em caráter extraordinário, a critério da DCI, o encaminhamento dos processos para pagamento poderá ser efetuado em maior número de parcelas mensais dos que as estabelecidas acima.

15.2.2 - As cobranças dos serviços serão documentadas mediante apresentação dos seguintes documentos:

a) no caso de prestação de serviços: nota fiscal/fatura da **CONTRATADA**, em primeira via; nota fiscal/fatura de fornecedores em primeira via, em nome da **ALMG**; estimativa de custo; comprovante de execução da peça e, no mínimo, 03 (três) orçamentos, quando se tratar de atividade complementar;

b) no caso de contratação de mídia: nota fiscal de serviços da agência, em primeira via; Nota Fiscal de Serviços de Comunicação - NFSC - dos veículos de comunicação, em primeira via, em nome da **ALMG**; acompanhadas da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, a cargo de sociedade empresária independente, sempre que possível.

15.3 - O valor total do contrato reflete apenas a possibilidade de **contratação de serviços** de **publicidade** no período de **01 (um) ano.** Por se tratar de uma estimativa, não se obriga a **ALMG** a contratar tal valor, sendo certo que, para **efeito de pagamento**, só serão considerados os serviços efetivamente prestados.

15.4 - A **ALMG** não efetua pagamento antecipado, não sendo considerados os itens das propostas que assim se apresentarem.

16 - DA FISCALIZAÇÃO

16.1 - A **ALMG** promoverá fiscalização da execução dos serviços, por meio de sua **Diretoria de Comunicação Institucional**, em todas as suas fases, obrigando-se a **CONTRATADA** a facilitar o trabalho da equipe encarregada da fiscalização, prestando-lhe informações ou esclarecimentos necessários e ainda atendendo às suas solicitações e determinações.

16.1.1 - À equipe fiscal compete, entre outras providências:

a) sustar, no todo ou em parte, a execução dos serviços, sempre que a medida for considerada necessária;

b) recusar qualquer serviço que apresente incorreções e/ou não atenda às especificações contidas neste edital, ficando as correções às custas da **CONTRATADA**;

c) decidir acerca das questões que se apresentarem durante a execução dos serviços.

16.2 - A ação fiscalizadora da **ALMG** não fará cessar nem diminuir a responsabilidade da **CONTRATADA** pelo perfeito cumprimento das obrigações estipuladas nesta Concorrência, nem por quaisquer danos, inclusive quanto a terceiros, ou irregularidades constatadas.

17 - DAS MULTAS E DEMAIS SANÇÕES

17.1 - Pela inexecução total ou parcial do contrato, poderá a **ALMG** aplicar as sanções previstas na legislação pertinente, especialmente o art. 87 da Lei n.º 8.666/93 e as disposições da Deliberação da Mesa nº 2.514, de 2011, independentemente de procedimento judicial.

17.2 - Pelo **atraso injustificado na execução do contrato**, poderá a **ALMG** aplicar à **CONTRATADA MULTA DE MORA** de até 0,3% (três décimos por cento), por dia, até o 30º (trigésimo) dia de atraso, e de até **20% (vinte por cento), no caso de atraso superior a 30 (trinta) dias,** calculada sobre a parcela executada com atraso.

17.3 - No caso da CONTRATADA deixar de cumprir obrigação legal ou contratual, ou se recusar a corrigir falta ou defeito apontado pela **ALMG**, ou pela inexecução parcial ou total do contrato, será aplicada **MULTA COMPENSATÓRIA** baseada na estimativa dos **prejuízos causados à ALMG,** a que se refere o inciso II do "caput" do art. 21 da Deliberação da Mesa da **ALMG** nº 2.514, de 2011, **graduada em até 20% (vinte por cento)** do valor do contrato ou da parcela não executada.

17.4 - O **valor das multas** previstas acima **será descontado do pagamento** de fatura(s) eventualmente devida(s) pela **ALMG** à **CONTRATADA**, **ou da garantia por esta fornecida** e, quando não houver pagamento a ser efetuado nem garantia, **A MULTA SERÁ COBRADA ADMINISTRATIVA OU JUDICIALMENTE**, observado o disposto no § 2º, do art. 21, da Deliberação da Mesa da **ALMG** nº 2.514, de 2011, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

17.5 - A licitante que **deixar de entregar documentação** exigida para o certame, apresentar documentação falsa, ensejar o retardamento da execução do objeto licitado, **não mantiver a proposta**, **falhar ou fraudar a execução do contrato**, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal, **ficará impedida de licitar** e contratar com o Estado e, se for o caso, será **descredenciada** do **Cadastro Geral de Fornecedores do Estado de Minas Gerais**, pelo prazo de **até 5 (cinco) anos**, sem prejuízo das multas previstas neste Edital e das demais cominações legais

17.6 - As penalidades previstas neste edital serão aplicadas de acordo com a Deliberação da Mesa da **ALMG** nº 2.514, de 2011.

18 - DO FORO

18.1 - O foro da Comarca de Belo Horizonte é o competente para **solucionar as questões** atinentes a esta licitação ou a atos dela decorrentes.

19. - DOS RECURSOS

19.1 - Dos atos praticados pela Administração, caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da intimação, nos casos de:

a) julgamento das propostas técnica e de preços;
b) anulação ou revogação da licitação;
c) habilitação ou inabilitação da licitante.

19.2 - A interposição de recurso será comunicada aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação do ato, na forma da lei.

19.3 - Compete à **Comissão Permanente de Licitação** receber e examinar os recursos interpostos contra seus atos e, quando mantiver as decisões proferidas, encaminhá-los ao Diretor-Geral, devidamente instruídos, para julgamento da Mesa da **ALMG**, nos termos do art. 12, V, "a", da Deliberação da Mesa 2.396, de 28/05/2007.

20 - DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO

20.1 - Compete à Comissão Permanente de Licitação decidir sobre a impugnação do edital, sendo ouvida a Procuradoria-Geral, quando for o caso, nos termos do Art. 12, Inciso X, da Deliberação da Mesa nº 2396, de 28/05/2007.

20.2 - No prazo legal, qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos, providências e impugnar o ato convocatório desta Concorrência.

20.3 - Acolhida a petição contra o ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame.

21 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1 - As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados, em qualquer época.

21.2 - Os prazos mencionados neste edital, bem como nas respectivas propostas, somente terão início e término em dia de expediente na **ALMG**, e serão sempre considerados em dias corridos, salvo se outra forma for prevista.

21.2.1 - Para efeito de aplicação do previsto no **subitem 21.2**, os prazos indicados para quaisquer atos do procedimento licitatório, inclusive o da validade das propostas, serão considerados prorrogados para o primeiro dia útil subsequente se recaírem em data em que não haja expediente na **ALMG**.

21.3 - A licitante vencedora terá o prazo de 05 (cinco) dias, contados da intimação, para assinar o instrumento oriundo deste procedimento licitatório.

21.3.1 - Esgotado o prazo e verificado o não comparecimento da licitante vencedora ou a recusa injustificada, fará a **ALMG** a convocação da segunda concorrente classificada, nos termos do art. 64, § 2º, da Lei n.º 8.666/93, sem prejuízo da adoção de sanções legais cabíveis no que respeita à primeira classificada.

21.4 - A licitante obriga-se a manter sua proposta, por até 60 (sessenta) dias, a partir de sua apresentação.

21.5 - A Administração se reserva o direito de anular ou revogar, a qualquer tempo, a presente licitação, sem que disto decorra qualquer direito às licitantes.

21.6 - A nulidade do processo licitatório induzirá à dos atos decorrentes.

21.7 - Para informações complementares de natureza técnica, os interessados deverão entrar em contato com os servidores Lúcio Eustáquio Pérez de Carvalho, pelo telefone (31)2108-7801, Rogério de Senna, pelo telefone (31)2108-7935 ou Luísa de Marilac Luna, pelo telefone (31)2108-7995.

21.8 - Este edital encontra-se à disposição dos interessados nos **sites** www.compras.mg.gov.br **e** www.almg.gov.br**, bem como na Gerência de Compras da ALMG na Rua Martim de Carvalho, 94 - 5º andar, Bairro Santo Agostinho – Belo Horizonte-MG - CEP 30.190-090**, no horário de 8:30 às 17:30 horas, onde poderá ser retirado mediante pagamento da importância de R$0,10 (dez centavos) por folha ou, gratuitamente, em meio eletrônico. Neste último caso, o pregoante deverá portar mídia própria ou informar um endereço eletrônico.

21.9 - Os membros da **Comissão Permanente de Licitação** encontram-se à disposição para **esclarecer dúvidas** ou **prestar informações complementares** no endereço citado no **subitem 21.8** ou pelo telefone (31) 2108-7730, Fax (31) 2108-7735 ou 2108-7742, e ainda pelo **e-mail** licitacao@almg.gov.br. A Comissão Permanente de Licitação não se responsabilizará por *e-mails* que,

por qualquer motivo, não forem recebidos em virtude de problemas no servidor ou navegador, tanto da **ALMG** quanto do emissor.

21.10 - Constituem parte integrante deste edital os **ANEXOS I** PROJETO BÁSICO (BRIEFING), **II** (MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS), **III** (MODELO DE MINUTA DE COMPROMISSO DE CONSTITUIÇÃO DE CONSÓRCIO), **IV** (ENVELOPE, CONFORME SUBITEM 3.4 DO EDITAL) e **V** (MINUTA DE CONTRATO).

Membros Efetivos da Comissão Permanente de Licitação: Eduardo de Mattos Fiuza, Presidente, Denise Correia Fernandes, Secretária, André Gomes do Amaral, Maurício Machado de Castro e Jacqueline Cobucci Fraguas.

Membros Suplentes da Comissão Permanente de Licitação: Michelle Sabrina Vieira Hiderik, Vanessa Cristine Souza Carvalho, Gil Flávio Naves Lima e Valter Morato Barcelos.

Belo Horizonte, 29 de agosto de 2014.

EDUARDO VIEIRA MOREIRA
Diretor-Geral

ANEXO I

CONCORRÊNCIA N.º 001/2014

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 114/2014

PROJETO BÁSICO (*BRIEFING*)

Visando orientar o desenvolvimento das campanhas solicitadas no **item 4** deste edital, este *"Briefing"* contém:

1) a apresentação da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, suas funções e atividades;

2) um breve relato das atividades da Assembleia em 2013;

3) a descrição da estrutura de comunicação da **ALMG**;

4) o problema de comunicação que orientará a criação das agências de publicidade que concorrem ao objeto deste edital;

1) Apresentação da Assembleia Legislativa de Minas Gerais

Assembleia Legislativa de Minas Gerais
Em defesa dos interesses de Minas e dos mineiros

A Assembleia Legislativa é composta por deputados e deputadas, eleitos diretamente pelo povo mineiro para um mandato de quatro anos, denominado legislatura. O número de parlamentares é definido de acordo com as Constituições Federal e Estadual, proporcionalmente à população do Estado. Atualmente, são 77 os deputados estaduais em Minas.

No **Plenário**, os parlamentares apresentam, discutem e votam as matérias de interesse de Minas e dos mineiros. As **comissões**, além de estudar e discutir em profundidade assuntos específicos que poderão transformar-se em matéria legislativa, exercem o papel fiscalizador do Legislativo. O **gabinete parlamentar** é um espaço de interlocução dos cidadãos com seu representante. Os deputados interagem com a população também em **visitas** às cidades, vilas e periferias. Há, ainda, os **eventos institucionais** realizados pela Assembleia para promover a participação dos mineiros no processo legislativo, trazendo para o Parlamento as diversas correntes de opinião existentes na sociedade. Alguns exemplos são os fóruns técnicos, seminários legislativos, audiências públicas e ciclos de debates.

Nessa interação, os deputados recebem informações que subsidiam a atividade parlamentar e os cidadãos passam a conhecer o trabalho de seus representantes, voltado para o desenvolvimento social e econômico de sua região.

O caminho das Leis

A criação de uma lei é um ato que pode interferir na vida de muitas pessoas. Por isso, antes de uma ideia virar lei é preciso que ela percorra um longo caminho. Nesse caminho, os deputados vão estudar o assunto, conhecer os problemas e dificuldades envolvidos, ouvir os cidadãos que serão afetados pela lei e os especialistas e autoridades ligados ao assunto, colocar em questão os pontos de vista e interesses conflitantes. Todo esse trabalho tem como objetivo criar leis que reflitam a melhor solução possível para os problemas e que sejam justas para todos.

Para iniciar o processo legislativo, deve ser apresentada uma proposição. O autor da proposição pode ser um deputado, uma comissão da Assembleia, o governador do Estado, o Tribunal de Justiça, o Tribunal de Contas ou o procurador-geral de Justiça. Os cidadãos também podem apresentar proposições, chamadas de projetos de iniciativa popular. Nesse caso, são necessárias assinaturas de

pelo menos 10 mil eleitores. Uma proposição pode resultar em lei ordinária, lei complementar, resolução ou emenda à Constituição.

As Comissões

Legislar sobre assuntos tão complexos e distintos como tecnologias e meio ambiente, por exemplo, requer um trabalho especializado e dedicado dos parlamentares. Na Assembleia, esse trabalho é feito nas comissões. Existem comissões permanentes e temporárias. São 21 comissões permanentes, que tratam de temas de interesse constante da sociedade:

- Administração Pública
- Assuntos Municipais e Regionalização
- Constituição e Justiça
- Cultura
- Defesa do Consumidor e do Contribuinte
- Defesa dos Direitos da Pessoa com Deficiência
- Direitos Humanos
- Educação, Ciência e Tecnologia
- Esporte, Lazer e Juventude
- Fiscalização Financeira e Orçamentária
- Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável
- Minas e Energia
- Participação Popular
- Política Agropecuária e Agroindustrial
- Prevenção e combate ao uso de *crack* e outras drogas
- Redação
- Saúde
- Segurança Pública
- Trabalho, da Previdência e da Ação Social
- Transporte, Comunicação e Obras Públicas
- Turismo, Indústria, Comércio e Cooperativismo

Já as comissões temporárias são criadas para discutir temas específicos. Enquadram-se nesse caso as Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs) e as Comissões Especiais.

Mais recentemente, a Assembleia intensificou seu programa de interiorização, levando, regularmente, a discussão de temas relevantes às diversas regiões de Minas para viabilizar a maior participação do interior nas decisões do Legislativo, principalmente por meio das audiências públicas realizadas pelas comissões permanentes.

Canais de Comunicação

Mais do que informar, a estrutura de comunicação da Assembleia dialoga com a sociedade. São diversos canais de comunicação, compreendendo veículos impressos e eletrônicos, espaços culturais e virtuais, que se dedicam, diariamente, a levar informação, propor debates, divulgar a cultura e a memória política de Minas, estimulando a participação cidadã nos mais relevantes temas para o Estado:

- Agência de Rádio;
- Aplicativo para *smartphone*;
- Assembleia Informa (jornal diário);
- Boletim do Centro de Apoio às Câmaras – Ceac;
- Centro de Atendimento ao Cidadão – CAC;
- Espaço Democrático José Aparecido de Oliveira, onde está situada a Tribuna Popular, destinada à realização de diversos tipos de manifestações políticas e culturais;
- Espaço Político-Cultural Gustavo Capanema, composto pelo Teatro e pela Galeria de Arte;
- Ouvidoria Parlamentar;
- Página do Legislativo no Diário Oficial;
- Portal da Assembleia;
- Redes sociais (Facebook, Twitter e YouTube);

- Revista do Legislativo;
- TV Assembleia.

A comunicação na Assembleia é assim: ampla, aberta e sempre a serviço da sociedade, para a consolidação da democracia.

A escola da cidadania

Criada em julho de 1992, a Escola do Legislativo oferece programas e cursos de formação política e de capacitação técnica nas áreas de conhecimento relacionadas com o Poder Legislativo. As atividades, presenciais ou à distância, são destinadas aos parlamentares, servidores da Assembleia Legislativa, agentes públicos, lideranças políticas, sindicais e comunitárias, representantes de organizações da sociedade civil, estudantes e público em geral.

A Escola do Legislativo desenvolve, também, um amplo trabalho de educação para a cidadania, junto às escolas de ensino fundamental e médio, universidades, lideranças comunitárias e entidades do terceiro setor, sempre com o objetivo de ampliar o conhecimento dos cidadãos sobre o funcionamento do Legislativo estadual e sobre a importância da participação política na construção de uma sociedade democrática.

Biblioteca

Especializada em ciências sociais, com ênfase nos ramos do direito e assuntos inerentes ao Poder Legislativo, a Biblioteca Deputado Camilo Prates dispõe de um vasto acervo de livros, periódicos, jornais oficiais e outros materiais com assuntos pertinentes. O setor de Arquivo compõe-se, principalmente, de documentos de caráter histórico, incluindo a sequência de todas as proposições que tramitaram na Casa desde 1959. O acervo da Biblioteca e a documentação do Arquivo podem ser consultados pelo público em geral. Os cidadãos podem, ainda, solicitar pesquisas bibliográficas, de legislação ou sobre tramitação de projetos.

Procon Assembleia

Desde 1997, o Procon Assembleia atua na resolução de questões relacionadas ao consumo, intermediando os conflitos entre consumidores e fornecedores. Atua, também, na educação e informação, por meio de instrumentos diversos de comunicação, como pesquisas de preços e cartilhas sobre direitos e deveres nas relações de consumo e sobre os cuidados para adquirir produtos e contratar serviços.

Hoje, o Procon Assembleia está no Espaço Cidadania, que oferece também acesso à internet popular, além dos serviços do Sistema Nacional de Emprego – SINE – (emissão de carteira de trabalho, seguro-desemprego e informações sobre vagas de trabalho) e da Delegacia de Polícia de Defesa do Consumidor.

Espaço Parlamentar

O Espaço Parlamentar é um local de convivência e apoio operacional à disposição dos deputados estaduais e seus assessores quando da visita deles aos órgãos do Executivo, na Cidade Administrativa.

Memorial da Assembleia de Minas

O Memorial da Assembleia de Minas tem como objetivo promover o acesso da sociedade a documentos textuais, audiovisuais e artefatos que ajudam a contar a trajetória e o trabalho da Assembleia ao longo de sua história, de modo a contribuir para a construção de um senso – pessoal e coletivo – de identidade, cidadania e participação popular.

O Memorial pretende atuar como centro de referência do legado da cultura política de Minas Gerais, no âmbito da esfera legislativa, e como espaço de produção de conhecimento sobre a história do Parlamento mineiro, no qual deverão se articular e convergir diferentes ações e projetos que têm como objetivo preservar a memória do Legislativo.

Site Políticas Públicas ao seu Alcance

Criado em 2013, pretende dar uma visão clara e completa sobre as políticas públicas estaduais e suas relações com aquelas da União e dos Municípios, a fim de facilitar a compreensão do público em geral sobre a complexa e diversificada atividade estatal, seus processos e seus resultados. A compreensão dessas informações aprimora o acompanhamento das políticas públicas e incentiva a participação popular na sua elaboração.

2) Breve relato das atividades da Assembleia em 2013

A Assembleia Minas atuou, num ano marcado por reivindicações e manifestações populares, em sintonia com a voz dos cidadãos, procurando atender às suas demandas e incentivando a participação da sociedade na vida política do Estado, sempre em busca de transparência. Assim, o grande destaque de 2013 foi a aprovação da emenda constitucional nº 3/2011, que eliminou o voto secreto no âmbito do Legislativo Mineiro.

Reparando dívidas históricas, a Assembleia criou a Comissão da Verdade em Minas Gerais (Lei nº 20.765, de 2013). E, como incentivo para o crescimento futuro, criou o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 20.826, de 2013). E, ainda, para que o desenvolvimento aconteça com sustentabilidade, estabeleceu a Lei Florestal de Minas Gerais (Lei nº 20.922, de 2013).

O processo de interiorização foi intensificado com debates, visitas, audiências públicas e outros eventos institucionais realizados em todas as regiões do Estado, com destaque para as audiências regionais de prestação de contas, além das audiências de monitoramento e revisão do Plano Plurianual de Ação Governamental (PPAG).

O Fórum Técnico Mobilidade Urbana – Construindo Cidades Inteligentes, com etapas em todas as regiões de Minas Gerais, mostra, mais uma vez, a sintonia do Parlamento mineiro com as grandes manifestações sociais, uma vez que esse tema já vinha sendo discutido pela Casa.

O lançamento do *site* Políticas Públicas ao seu Alcance representou importante conquista democrática, pois facilita o acompanhamento da execução e dos resultados das políticas públicas estaduais.

A preservação da memória coletiva contou com duas ações de grande significado. A comemoração do Dia do Barroco foi acompanhada pelo lançamento do ano de celebração do Bicentenário do Aleijadinho, comemorado em 2014. E foi também inaugurado o Memorial da Assembleia, que permite a todos os interessados o acesso aos dados históricos do funcionamento do Legislativo mineiro ao longo de quase 200 anos.

Plenário

A produção de leis de qualidade é um dos papéis centrais do Poder Legislativo. Para dar mais consistência ao seu esforço de aprimorar a legislação estadual, a Assembleia firmou o compromisso de captar melhor as demandas e aspirações da sociedade, ampliando, também, os mecanismos de divulgação das leis, a fim de facilitar o acesso dos cidadãos à legislação. Entre a produção legislativa de 2013, destacam-se as normas:

- **Emenda à Constituição nº 91, de 17/7/2013 – Extinção do voto secreto nas deliberações**

da Assembleia: determina que todas as deliberações da Assembleia e de suas comissões devem ocorrer mediante voto aberto, inclusive para os casos de cassação de mandato de deputado e exoneração e destituição do procurador-geral de Justiça.

- **Lei Complementar nº 129, de 8/11/2013 – Lei Orgânica da Polícia Civil do Estado de Minas Gerais (PCMG):** é decorrente de uma necessidade real e urgente de reestruturar as carreiras de policiais civis, promover a modernização e a efetividade da atuação do Estado em relação à segurança pública, bem como reconhecer e valorizar os servidores dessas carreiras.

- **Lei nº 20.658, de 30/4/2013 – Unidades móveis de prevenção ao câncer:** estabelece que o Estado disponibilize unidades móveis instaladas em veículos adaptados para facilitar o acesso da população a programas de prevenção ao câncer em todas as regiões de Minas Gerais.

- **Lei nº 20.694, de 23/5/2013 – Alteração da Lei Estadual de Incentivo à Cultura:** entre as mudanças operadas pela norma, destaca-se a elevação dos percentuais de renúncia fiscal que serão destinados a projeto cultural no Estado, com o objetivo de ampliar a participação de sociedades empresárias, sobretudo as de menor porte, no incentivo à cultura.

- **Lei nº 20.704, de 3/6/2013 – Incentivo ao empreendedorismo tecnológico:** autoriza o Poder Executivo a conceder incentivo financeiro ao empreendedor que desenvolva projeto para constituir sociedade empresária de base tecnológica.

- **Lei nº 20.765, de 17/7/2013 – Criação da Comissão da Verdade em Minas Gerais:** para acompanhar e subsidiar a Comissão Nacional da Verdade nos exames e esclarecimentos sobre as violações de direitos fundamentais.

- **Lei nº 20.807, de 26/7/2013 – Absorção das fundações públicas de direito privado associadas à Universidade Estadual de Minas Gerais:** as fundações associadas foram constituídas pelo próprio Estado, mas sua manutenção era custeada por mensalidades pagas pelos alunos. Agora, essas entidades passarão a ser parte da estrutura da Uemg no interior do Estado.

- **Lei nº 20.826, de 31/7/2013 – Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte:** o objetivo é promover o desenvolvimento socioeconômico por meio de mecanismos de propulsão às microempresas e às empresas de pequeno porte, que têm grande relevância no contexto econômico de Minas Gerais.

- **Lei nº 20.846, de 6/8/2013 – Política Estadual para a População em Situação de Rua:** institui a Política Estadual para a População em Situação de Rua, definindo seu conceito e estabelecendo princípios, objetivos, diretrizes e formas de financiamento.

- **Lei nº 20.848, de 8/8/2013 – Incentivo à contratação de adolescentes egressos do sistema socioeducativo:** prevê a concessão de subvenção econômica às sociedades empresárias privadas que contratarem adolescentes egressos do sistema socioeducativo.

- **Lei nº 20.922, de 16 de outubro de 2013 – Lei Florestal de Minas Gerais:** revoga a Lei Florestal anterior e trata da gestão de ocupação do solo no território do Estado, da regulação da exploração florestal, do estabelecimento de regras para definição de áreas de conservação, da regulação do uso do fogo e do controle de incêndios, e do estabelecimento de regras para a fiscalização e penalização de infrações.

- **Projetos de Lei nºs 4.439/2013, 4.440/2013, 4.441/2013, 4.442/2013, 4.443/2013 – Reforma administrativa do Poder Executivo:** esse conjunto de projetos de lei promove uma reestruturação administrativa no Estado, por meio da extinção e da fusão de órgãos públicos, com o objetivo de racionalizar a máquina administrativa e reduzir os seus custos.

- **Projeto de Lei nº 4.189/2013 – Criação do Fundo Estadual dos Direitos do Idoso:** objetiva criar o Fundo Estadual dos Direitos do Idoso, de modo a permitir o financiamento de políticas públicas destinadas à proteção do idoso em Minas Gerais.

Comissões

Além de atuarem no processo legislativo e na fiscalização da atuação de outros Poderes, as comissões parlamentares desempenham importante papel na interlocução com a sociedade, contribuindo para aproximar o Parlamento dos cidadãos por ele representados. Além de audiências públicas, debates públicos e reuniões com convidados e interessados na discussão dos temas em pauta, são realizadas visitas para verificar *in loco* determinada situação ou problema. Por meio dessas práticas, as comissões garantem a participação do cidadão na discussão de matéria legislativa em tramitação ou de assunto de interesse público relevante, além de desempenharem a função de mediadoras em questões controversas ou conflituosas.

Em 2013, as 21 comissões permanentes e as comissões temporárias realizaram 420 eventos, que contaram com 2.498 cidadãos participantes nas mesas de debate, em todas as regiões do Estado.

Entre as comissões temporárias, merecem destaque os resultados da Comissão Especial das Águas e da CPI da Telefonia. Em relação à Comissão Especial das Águas, foram realizadas 13 audiências públicas no interior, todas com grande participação popular. Embora a comissão ainda não tenha concluído seus trabalhos, já foi possível levantar os problemas recorrentes e as principais preocupações quanto ao uso dos recursos hídricos.

Já a CPI da Telefonia iniciou seus trabalhos em junho de 2013 e estabeleceu interlocução com os municípios mineiros e com a população para apurar danos ao consumidor na prestação inadequada de serviços de telefonia móvel. As visitas "surpresa" realizadas pela CPI em lojas das operadoras foram amplamente cobertas pela mídia e permitiram constatar diversas irregularidades.

Eventos com a participação da sociedade

Ao longo dos últimos 25 anos, a Assembleia de Minas vem se consolidando como ponto de convergência entre o poder público e a sociedade civil na discussão de estratégias e políticas públicas para o desenvolvimento do Estado. Entre os meios utilizados pelo Parlamento mineiro para ouvir as reivindicações dos cidadãos e das entidades civis organizadas estão os eventos de debate com participação da sociedade: seminários legislativos, fóruns técnicos, ciclos de debates, debates públicos, audiências públicas e movimentos sobre temas especificos. Esse diálogo com os diversos segmentos sociais, tanto da Capital quanto do interior, tem se caracterizado pela transparência que envolve cada etapa do processo e pelo fácil acesso de todos os interessados à informação produzida.

Em 2013, logo no início do ano, a Assembleia realizou 20 encontros regionais para apresentar o trabalho desenvolvido nos últimos dois anos, prestando contas de suas atividades aos cidadãos do Estado. Ao todo, estiveram envolvidos 425 municípios, 1.332 entidades e 3.959 participantes. Foram apresentadas 673 propostas, sistematizadas em um documento na forma de 1.332 sugestões para atuação dos deputados mineiros nas diversas áreas temáticas de políticas públicas.

Também merece destaque o Fórum Técnico Mobilidade Urbana: Construindo Cidades Inteligentes, que contou com etapas na Capital e no interior, além de consulta pública na internet. O número de participantes chegou a 1.533, somando-se todas as etapas, e foram apresentadas 210 sugestões. Foram realizados, ainda, o Ciclo de Debates Um Novo Olhar Sobre a Dependência Química, o Ciclo de Debates 10 anos da Comissão de Participação Popular e o Ciclo de Debates 10 anos do Estatuto do Idoso – Avanços e Desafios para um Envelhecimento Digno.

Entre os movimentos protagonizados pela Assembleia Legislativa destacam-se o Assine + Saúde, o Idade com Qualidade e a 2ª Marcha Contra o *Crack* e Outras Drogas. O primeiro recolheu 615.986 assinaturas para apresentação ao Congresso Nacional de projeto de lei complementar de iniciativa popular para garantir o investimento de 10% da receita corrente bruta da União na saúde pública. O segundo foi uma campanha iniciada em 2013 com o objetivo de discutir e acompanhar a implementação de políticas públicas para a pessoa idosa. E o terceiro é uma iniciativa da ALMG, em parceria com o poder público e a sociedade civil, para unir esforços em busca de ações de combate às drogas e de preservação da vida, diante da larga disseminação do uso do *crack* e de seu efeito devastador nas famílias e na sociedade. Além da marcha na Capital, que contou com mais de 20 mil participantes, foram realizadas cinco caminhadas no interior.

Todos os anos, é realizado o Parlamento Jovem, projeto de educação para a cidadania voltado para jovens do Ensino Médio e realizado em parceria com câmaras municipais e com a Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Em 2013, os jovens refletiram sobre o tema Cidades Sustentáveis – Desafios para as Novas Gerações. Participaram mais de 900 estudantes, de 77 escolas públicas e particulares.

Cabe ressaltar também a realização das audiências públicas para revisão do Plano Plurianual de Ação Governamental (PPAG). Essas audiências constituem uma oportunidade para qualquer

pessoa ou entidade da sociedade civil sugerir mudanças nos projetos estruturadores executados pelo governo estadual. Dessa maneira, a população pode participar, de forma efetiva, do processo de planejamento orçamentário do Estado.

Mesa

A a cada dois anos, a Mesa da Assembleia define uma orientação temática – chamada diretriz – que traduz seu foco de atuação, perpassando tanto as atividades finalísticas quanto as prioridades e projetos estratégicos. Para o biênio 2013-2015, a Mesa da Assembleia definiu a seguinte diretriz: ser a voz dos mineiros no enfrentamento das desigualdades e na promoção da cidadania. Por isso, em 2013, várias ações da ALMG estiveram relacionadas a esse tema, como o movimento Idade com Qualidade, o movimento Assine + Saúde, o movimento de combate ao crack e outras drogas, o debate público Implantação da Norma Básica do Sistema Único de Assistência Social, a celebração dos dois anos do programa Bolsa Reciclagem, o movimento em defesa das Apaes, a Semana da Pessoa com Deficiência, o projeto Cidadania Ribeirinha e a Lei nº 20.846, de 2013, que estabeleceu a Política Estadual para a População em Situação de Rua.

Além da diretriz, a Mesa da Assembleia define também as prioridades para o binênio, que representam expectativas de atuação e avanços pretendidos, a serem trabalhados por meio de esforços concentrados na forma de projetos estratégicos. A tabela a seguir traz as prioridades estabelecidas pela Mesa da Assembleia para o biênio 2013-2015, os projetos estratégicos relacionados e os resultados já alcançados.

	Prioridade	Projeto estratégico	Resultados
1	Monitorar e avaliar os resultados das práticas participativas e dar retorno aos participantes.	Informação sobre os Resultados da Participação Monitoramento dos resultados da Participação	Diagnóstico dos procedimentos adotados pelas práticas participativas da ALMG em relação a registro de participantes e propostas.
2	Incrementar a participação da sociedade na elaboração das leis estaduais por meio de canais virtuais e interativos.	Consulta Pública de Proposição	Lançamento da ferramenta "Dê sua opinião sobre projetos em tramitação".
3	Implementar metodologia de avaliação retrospectiva do impacto da legislação estadual.	Avaliação do Impacto da Lei	Desenvolvimento da metodologia para realização de pesquisa-piloto, convênio de cooperação técnica com a Fundação João Pinheiro.
4	Aprimorar a capacidade fiscalizadora do Legislativo e da sociedade, por meio de informações e de conhecimentos sobre a execução do orçamento e das políticas públicas estaduais.	Acompanhamento de Políticas Públicas	Acompanhamento das audiências de monitoramento de políticas públicas em 2013.
5	Articular e intensificar os programas e ações de formação política e cidadã da juventude mineira.	Educação para a cidadania no Parlamento	Programa Conexão Assembleia, desenvolvimento de estratégia para ampliação do número de câmaras municipais participantes do Parlamento Jovem, implantação de programa para divulgação de conteúdos sobre cidadania no Facebook da ALMG.

	Prioridade	Projeto estratégico	Resultados
6	Implementar metodologia de mapeamento e gestão de	Gestão por competências	Mapeamento dos perfis ocupacionais dos gestores e capacitação das

	Prioridade	Projeto estratégico	Resultados
	competências gerenciais e técnicas.		equipes para elaboração e implementação de planos de desenvolvimento dos gestores da ALMG.
7	Implementar metodologia de mapeamento, avaliação e melhoria dos fluxos e processos de trabalho da Assembleia.	Implantação da gestão de processos	Capacitação de 2 agentes de processo por setor, mapeamento e proposição de melhorias para processos críticos de 26 gerências-gerais da ALMG.
8	Incrementar o suporte aos gabinetes parlamentares e integrar esforços entre os gabinetes e a Secretaria da Assembleia.	Pro-Siga	Diagnóstico da qualidade dos serviços prestados aos gabinetes parlamentares e de seu relacionamento com as equipes dos demais setores da Casa.
9	Ampliar, aprimorar e alinhar estrategicamente os canais e ações de comunicação e de relacionamento da Assembleia com a sociedade.	Planejamento estratégico de comunicação	Realização da pesquisa de reputação da ALMG.
10	Intensificar e fortalecer o processo de interiorização do Legislativo Mineiro por meio da articulação com as câmaras municipais.		Já foram definidas as linhas de ação, mas ainda não foi formatado o projeto estratégico relacionado a esta prioridade.

O texto integral do relatório de atividades da Assembleia está disponível em: www.almg.gov.br/consulte/publicacoes_assembleia/obras_referencia/arquivos/balanco_atividades_2013.html

3) Estrutura de Comunicação da ALMG

A comunicação da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (**ALMG**) é estruturada a partir de duas diretorias: (1) a Diretoria de Comunicação Institucional (DCI), formada pela Gerência de Publicidade e Comunicação Visual, pela Gerência-Geral de Imprensa e Divulgação e pela Gerência-Geral de Relações Públicas e Cerimonial e (2) pela Diretoria de Rádio e Televisão. Em uma casa legislativa que optou por uma prática democrática participativa e aberta à interlocução com a sociedade, a comunicação é parte fundamental da ação político-institucional. Além de fornecer informações constantes e atualizadas, a **ALMG** busca permanentemente desenvolver uma comunicação mais aproximativa e formadora de sentido, com foco nos resultados do trabalho parlamentar.

As três dimensões da comunicação – a informação, o relacionamento e o trabalho de imagem - devem contribuir para o cumprimento da missão institucional, particularmente no aprimoramento da relação entre representantes e representados.

A comunicação de informação, que se relaciona à visibilidade e à a publicidade das ações do parlamento , deve ser direcionada para levar a lei e seus impactos ao conhecimento do cidadão e para a prestação de contas sobre o trabalho do parlamento e de cada parlamentar, permitindo assim que o cidadão tome decisões bem informado. Tem por princípio comunicar de forma acessível, contribuindo para a formação da consciência crítica e para o acompanhamento da atuação parlamentar. O acesso à informação está na base para o exercício da cidadania.

A comunicação de relacionamento, que envolve os esforços de aproximação e constituição de vínculos continuados com públicos primordiais para a instituição, deve estabelecer canais de comunicação dialógica, para que sociedade e Parlamento possam influenciar-se mutuamente,

compartilhando conhecimentos e informações. Tem ênfase na criação de canais interativos, na identificação e mobilização de comunidades e redes sociais, inclusive virtuais, para participar do processo legislativo e dos eventos. O contato permanente entre instituição e públicos permite a compreensão mais ampla de temas em discussão, ampliando o potencial de legitimidade das decisões, ao acomodar pontos de vista e interesses diversos.

A comunicação de imagem, que se relaciona à fixação de conceitos, busca, ao longo do tempo, uma boa reputação, para que a **ALMG** seja percebida pela sociedade como uma instituição responsável e confiável, com a qual eles desejem se relacionar.

Nesse sentido, a publicidade deve ir além do princípio constitucional de dar conhecimento, atuando na percepção que a sociedade tem com relação à **ALMG**, consolidando o esforço da comunicação de informação e de relacionamento na construção da reputação – atributos racionais, emocionais e simbólicos.

3.1) A Diretoria de Rádio e Televisão (DTV)

Educar para o exercício pleno da cidadania e promover a transparência do Poder Legislativo tem sido historicamente o papel da Assembleia Legislativa, por acreditar que não basta aprimorar o processo legislativo e a criação de leis. Os esforços voltados para a expansão da consciência cívica é o que tem pautado o conteúdo editorial da TV Assembleia de Minas Gerais, a fim de que a produção legislativa adquira a linguagem ágil, direta e eficaz da mídia televisiva, ferramenta eficiente para potencializar os resultados do processo legislativo e das iniciativas de caráter pedagógico e participativo empreendidas pelo Parlamento mineiro.

A Assembleia de Minas foi a primeira casa legislativa do Brasil a colocar no ar uma emissora de televisão com o objetivo de facilitar o acompanhamento dos seus trabalhos pela população. Ela transmite ao vivo todas as reuniões de Plenário. Nas comissões, a transmissão é ao vivo quando possível, caso contrário, são feitas gravações na íntegra para posterior exibição. A TV Assembleia entrou em operação em 30 de novembro de 1995 e, desde então, vem ampliando sua programação e seu alcance. A emissora exibe diariamente 24 horas de programação e está presente no interior por meio da TV a cabo e na Região Metropolitana de Belo Horizonte por meio do sinal aberto (analógico e digital). O sinal também pode ser capturado diretamente por antena parabólica do satélite Brasilsat B4. Possuindo uma diversificada grade de programas – jornalísticos, culturais, de entrevistas e debates –, a emissora é referência para a população de Minas no acompanhamento de todos os processos eleitorais, com amplas coberturas realizadas desde 2000.

Além da gestão do conteúdo da TV Assembleia, a DTV é responsável por uma Agência de Rádio, que trabalha com 244 emissoras do interior com programas ao vivo, e com outras 690 que recebem o áudio gravado em formato MP3, totalizando 511 municípios de todas as regiões do Estado. A Agência mantém, ainda, uma página no Portal da **ALMG** em que são armazenadas, para *download*, as principais notícias sobre o trabalho diário do Parlamento mineiro. Toda a programação da Rádio Assembleia também é transmitida ao vido pela rádio online, mais uma ferramenta para levar, a todos os cidadãos, informações sobre as atividades desenvolvidas pelo Legislativo estadual, os eventos institucionais, o trabalho dos parlamentares e das comissões.

Produtos:
Para conhecer os programas e a programação da TV e da Rádio Assembleia, acesse www.almg.gov.br. Clique em *Acompanhe*, depois em *TV Assembleia* ou *Rádio Assembleia*.

3.2) A Diretoria de Comunicação Institucional (DCI)

3.2.1) Gerência de Publicidade e Comunicação Visual (GPCV)

A GPCV presta assessoria à Diretoria de Comunicação Institucional na gestão da marca da Assembleia, na promoção da imagem institucional e no desenvolvimento de ações publicitárias, por meio de ferramentas de marketing institucional, publicidade e propaganda.

É responsável por orientar e aprovar a elaboração de campanhas, a definição de estratégias de utilização dos diversos meios de comunicação (inclusive em situações de crise), o desenvolvimento de pesquisas de opinião, a identificação e o uso de inovações na área da comunicação publicitária, a avaliação de resultados das ações de propaganda, bem como a criação e produção de peças publicitárias (gráficas, audiovisuais ou eletrônicas). Também planeja e excecuta, em parceria com outros setores de comunicação da Assembleia, projetos e campanhas de comunicação interna e externa.

A GPCV possui equipe de revisores-redatores e designers que executam a criação, formatação, revisão e produção gráfica de publicações e materais impressos necessários às atividades da Casa, tais como cartilhas, manuais, livros, relatórios, folders, convites, cartazes, cartões, formulários, banners, entre outros. Dessa forma, a equipe da agência licitada dedica-se, preferencialmente, ao desenvolvimento de campanhas de publicidade e ao suporte de comunicação publicitária para os principais eventos e projetos especiais desenvolvidos pela **ALMG**.

Produtos:

Publicidade: coordenação e orientação das agências de publicidade.

Campanhas publicitárias: de âmbito estadual, visando mostrar à população o trabalho da Assembleia, informar a opinião pública e consolidar imagem institucional positiva.

Campanhas institucionais: de informação, integração, conscientização e motivação dirigidas a públicos estratégicos, inclusive público interno.

Projetos especiais de comunicação: suporte de comunicação publicitária e visual para projetos como a Prestação de Contas Regional, Movimento Idade com Qualidade, Marcha contra o crack e outras drogas, Dia do Barroco Mineiro e Assine + Saúde, realizados em 2013.

Assembleia aqui Comigo: elaboração e produção de mix de publicidade local para divulgação dos trabalhos das Comissões no interior, por meio do projeto “Assembleia aqui Comigo”.

Desenvolvimento de conceitos e estratégias de comunicação institucional para meios de comunicação, incluindo audiovisuais.

Planejamento e redação de peças gráficas, como cartilhas, folders e convites.

3.2.2) Gerência-Geral de Imprensa e Divulgação (GID)

A Gerência-Geral de Imprensa e Divulgação (GID) é formada pela Gerência de Jornalismo e pela Gerência de Comunicação em Mídias Digitais. O setor é responsável por informar toda a sociedade sobre os trabalhos da ALMG utilizando, para isso, os meios de comunicação e as técnicas e práticas de jornalismo, fornecendo informações precisas sobre as atividades do Poder Legislativo e formas efetivas de interação dos segmentos sociais com a instituição, incluindo o público interno. Também elabora, em parceria com outros setores, como a Gerência-Geral de Relações Públicas e Cerimonial e a Diretoria de Recursos Humanos, campanhas de comunicação interna, propondo temas e atendendo às demandas da Administração da Casa.

É a responsável, por meio da Gerência de Jornalismo, pela assessoria de imprensa e cobertura jornalística e fotográfica institucional, e pela divulgação das atividades da **ALMG** junto aos veículos de comunicação da Capital, do interior do Estado e do País, assim como pelo acompanhamento e atendimento das demandas de informação dos veículos e profissionais de imprensa junto à instituição. É o setor que produz e distribui informações institucionais para segmentos específicos com os quais a instituição se relaciona – imprensa, segmentos da sociedade, públicos externo e interno –,

garantindo eficácia à comunicação da instituição com a sociedade, os parlamentares e seus servidores.

A Gerência de Comunicação em Mídias Digitais é o setor responsável pela gestão de conteúdo e programação visual em mídias digitais, tais como intranet, internet, hotsites, ambientes web, mídias sociais e dispositivos móveis. Seu trabalho abrange o planejamento, a elaboração, a criação, a edição e a atualização dos conteúdos divulgados por essas mídias. É o setor responsável também pela implementação de ferramentas e mecanismos de interatividade com os diversos públicos e segmentos externos com os quais a Assembleia se relaciona, além de monitorar a imagem institucional nos espaços virtuais. Cabe ressaltar que o Portal Assembleia é atualizado diariamente por diversos setores da Casa.

Produtos:

a) Assembleia Informa: publicação diária, distribuída para gabinetes parlamentares, área administrativa e visitantes, com o noticiário sobre as atividades do processo legislativo e o registro dos eventos realizados na Assembleia, além da agenda do dia e pauta do Plenário. A publicação é enviada também para órgãos do governo, empresas públicas e entidades da sociedade civil. O público em geral pode acessar a versão disponível na internet. O jornal não circula durante o recesso legislativo.

b) BIP (Boletim de Informações do Plenário): *paper* com informações detalhadas e explicativas sobre as matérias que constam da pauta do Plenário ("Ordem do Dia"), relacionando as mudanças de conteúdo durante a tramitação. Publicado no site da **ALMG** e distribuído impresso para os jornalistas que fazem a cobertura das reuniões de Plenário e também para os assessores da **ALMG** que acompanham as reuniões, quando há demanda.

c) Envio diário das notícias e fotos produzidas pela Assessoria de Imprensa para os veículos de comunicação de todo o Estado. Para isso, a Assessoria possui um *mailing* específico, que é atualizado periodicamente. Cabe também ao setor responder boa parte das demandas por informação dirigidas ao *site*.

d) Boletim Eletrônico: gestão do serviço *Receba notícias*, disponível no Portal. Para usar o serviço, a pessoa ou instituição interessada deve se cadastrar por meio de formulário específico, no Portal. O usuário recebe uma mensagem por dia com *links* para as matérias, classificadas de acordo com os assuntos escolhidos.

e) Banco de Fotos: álbuns produzidos pela Gerência de Jornalismo, disponíveis no Portal, com fotos digitais da cobertura das atividades da **ALMG**. Permite pesquisa por data, pessoa, evento, local e/ou assunto. As fotos são publicadas já com qualidade para reprodução.

f) Banco de Notícias: página das notícias sobre as atividades da ALMG, disponível no Portal. Pode ser acessado clicando em *Acompanhe e* depois em *Notícias*. Permite pesquisa por palavra, expressões, período ou categoria.

g) Minas Gerais: edição da página 2 do diário oficial *Minas Gerais*, que é uma página de notícias do Poder Legislativo produzida pela Assessoria de Imprensa da **ALMG**.

h) Boletim da Secretaria: publicação semanal, impressa, de circulação interna, da Administração da **ALMG**, dirigida aos servidores. Enfoca assuntos de interesse geral do servidor e da administração, além de publicar atos e normas administrativas. Distribuído diretamente nos setores administrativos e gabinetes parlamentares todas as segundas-feiras (ou no dia subsequente, em caso de feriado). Disponível na intranet.

i) Revista do Legislativo: publicação com reportagens e artigos que analisam temas ligados ao Poder Legislativo, à **ALMG** e a questões regionais, relacionadas com o desenvolvimento social, político e econômico de Minas Gerais. Dirigida a público formador de opinião, como universidades. Produzida em parceria com as Gerências-Gerais de Consultoria Temática e de Projetos Institucionais e com a Escola do Legislativo. Disponível no Portal da ALMG.

Dados sobre o Portal da Assembleia

Entre janeiro e novembro de 2013, o Portal da Assembleia recebeu 1.816.462 visitas (um terço a mais que em 2012) de 892.004 pessoas (visitantes únicos). Desses, 47,4% foram visitantes novos. Já o portal mobile, acessado via *smartphones* e *tablets,* contabilizou 123.135 acessos, um crescimento de 150% em relação a 2012. Ao todo, as áreas mais acessadas foram *Legislação*, *Notícias*, *Tramitação de Projetos* e *TV Assembleia*.

Legislação e projetos – Estão disponíveis na internet as pautas prévias e os resultados de reuniões do Plenário e das comissões. Os internautas também podem consultar bancos de informações como o de Projetos em Tramitação – é possível acompanhar a tramitação dos projetos passo a passo, inclusive com consulta aos textos integrais. Esse banco abrange informações desde 1963.

Também pode ser consultada toda a Legislação mineira desde 1947, além da Constituição do Estado, atualizada de acordo com as emendas e ações diretas de inconstitucionalidade, e o Regimento Interno da Assembleia. Os textos integrais da Constituição Federal, da Constituição Estadual e do Regimento estão disponíveis também para *download*.

Consulta ao Diário do Legislativo – É no Diário do Legislativo, parte integrante do "Minas Gerais", diário oficial do Estado, que são publicados os atos oficiais do processo legislativo, como convocação de reuniões e publicação de proposições, e os atos administrativos da Assembleia. As edições, desde janeiro de 1994, podem ser consultadas clicando em *Consulte* e depois em *Diário do Legislativo*. A pesquisa por edições antigas pode ser feita por data ou por assunto.

Perfil dos deputados – Cada deputado estadual tem um espaço com informações básicas sobre sua atuação, as formas pelas quais o cidadão pode entrar em contato com ele e sua biografia política. Para acessar, clique em *Deputados*, depois em *Conheça os Deputados*. Já no link “Fale com seu deputado” (no menu “Participe”), é possível enviar mensagens eletrônicas para cada deputado, para todos os deputados, para a Comissão de Participação Popular ou para os parlamentares de um mesmo partido.

Participação popular – os cidadãos podem opinar e enviar sugestões sobre as atividades da Assembleia através, por exemplo, das enquetes e da ferramenta “Dê sua opinião sobre projetos em tramitação”.

Serviços – Outros serviços oferecidos pelo Portal são informações sobre as atividades e projetos institucionais da Assembleia, publicações com texto integral, atividades da Escola do Legislativo, e informações sobre os municípios mineiros (dados fornecidos pelo Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais – Indi) e instituições governamentais.

Dados sobre Facebook, Twitter e YouTube

A página da Assembleia no Facebook entrou em atividade em agosto de 2013, atendendo aos objetivos estratégicos da ALMG de ampliar a participação da sociedade nas atividades do Legislativo, com a adoção tecnologias atuais de comunicação. A página no Facebook é uma importante ferramenta de integração com o Portal Assembleia. Em 2013, 95.632 acessos ao Portal da Assembleia originaram-se no Facebook. O Twitter ultrapassou a marca de 5 mil seguidores e o canal do YouTube registrou quase 130 mil visualizações de vídeos, além de dobrar o número de inscritos e o volume de comentários.

3.2.3) Gerência Geral de Relações Públicas e Cerimonial (GRPC)

A GRPC desenvolve ações voltadas para a abertura e consolidação de canais de relacionamento entre a Assembleia e seus públicos com base no planejamento estratégico de comunicação, por meio dos instrumentos de relações públicas e cerimonial.

O objetivo é gerar valor e dar credibilidade às ações da **ALMG**, fortalecer a imagem institucional, legitimar as decisões da Assembleia, auxiliar no processo de prestação de contas e de

democratização das informações e contribuir para a consecução da missão institucional, facilitando o diálogo entre o Poder Legislativo e a sociedade e auxiliando nos processos de deliberação pública.

A GRPC tem como diretrizes a construção da imagem a partir de fatos concretos, originados da própria dinâmica da Assembleia, o trabalho integrado com as demais áreas da DCI, a racionalização dos recursos de comunicação e a fundamentação das iniciativas de comunicação em demandas e objetivos mensuráveis.

A estrutura organizacional da Gerência Geral de Relações Públicas e Cerimonial compreende a Gerência de Relações Públicas (GRP), a Gerência de Cerimonial (GCER), a Gerência de Relações Institucionais (GRI), o Espaço Político-Cultural Gustavo Capanema (EPC) e o Salão Oficial.

A Gerência de Relações Públicas é responsável por elaborar o planejamento de comunicação estratégica e integrada para eventos e projetos especiais desenvolvidos pela ALMG, bem como por coordenar sua implementação. A gerência também presta assessoria de comunicação para eventos no interior e atividades de educação para a cidadania, por meio de estratégias e ferramentas de relacionamento com públicos de interesse. No início de cada legislatura, coordena e executa a Posse dos Deputados e a Central de Recepção de Novos Parlamentares. A Posse do Governador ocorre na **ALMG** e, por isso, a GRP também coordena este evento. Outras funções da gerência são planejar e executar pesquisas de opinião pública para fins institucionais, divulgar e consolidar a agenda institucional da Assembleia.

A Gerência de Cerimonial acompanha e presta assessoria ao Presidente, aos outros membros da Mesa da Assembleia ou a representantes indicados pelo Presidente em eventos, visitas e solenidades, fazendo cumprir as normas de cerimonial. Recepciona autoridades e delegações estrangeiras, assessora outros setores quanto às regras de cerimonial e participa da organização dos eventos solenes, como Ordem do Mérito Legislativo e Posses do Governador e de Deputados.

A Gerência de Relações Institucionais é formada pelo Centro de Atendimento ao Cidadão (CAC) e pelo Centro de Apoio às Câmaras (Ceac). O CAC é responsável pelo atendimento presencial, por telefone e via internet às dúvidas, sugestões e denúncias enviadas pelos cidadãos. O objetivo é garantir agilidade e qualidade no intercâbio de informações com os cidadãos e fornecer subsídios para a atividade parlamentar. O CAC também possui uma livraria que oferece publicações relacionadas ao Poder Legislativo a preço de custo.

Já o Ceac é responsável por gerir uma rede de relacionamento interinstitucional com os parlamentos municipais, estadual e federal e por promover o compartilhamento de informações e experiências entre órgãos do Legislativo. O Ceac também realiza pesquisas e mantém conhecimento sistematizado sobre câmaras municipais a fim de subsidiar ações da Assembleia no interior do Estado. Como suporte para a atuação de vereadores e servidores de câmaras municipais, o Ceac planeja e propõe cursos de qualificação (em parceria com a Escola do Legislativo), além de produzir e distribuir material educativo.

O Espaço Político-Cultural é composto pelo Teatro da Assembleia, pela Galeria de Arte e pela Tribuna Popular, localizada no Espaço Democrático José Aparecido de Oliveira. O Teatro é destinado à realização de debates e eventos culturais, e oferece espetáculos gratuitos como o Segunda Musical (programa de música erudita) e o Zás (apresentações semanais de dança, música, poesia ou teatro). Além das atividades promovidas pela Assembleia, realiza duas seleções anuais para acolher espetáculos de terceiros. O Teatro da Assembleia também faz parte da Campanha de Popularização do Teatro e da Dança, realizada anualmente pelo Sinparc. A Galeria de Arte tem o objetivo de fomentar a produção cultural mineira ao realizar diversas exposições de obras artísticas escolhidas por meio de seleção pública anual. Já a Tribuna Popular é um espaço destinado às manifestações políticas e culturais de segmentos da sociedade civil, e simboliza o compromisso do Poder Legislativo com a livre manifestação do pensamento.

Produtos:

- **Planejamento de comunicação para eventos** institucionais (ciclos de debates, fóruns técnicos e seminários legislativos), de debate (audiências e debates públicos) e solenes (reuniões especiais, posses dos deputados e do governador, entrega da Medalha do Mérito Legislativo, solenidades do Palácio da Inconfidência).

- **Planejamento de comunicação integrada** para projetos especiais, projetos estratégicos, campanhas internas e ações institucionais que visam à informar, integrar, conscientizar e/ou motivar públicos estratégicos, inclusive público interno.

- **Cerimonial**: assessoria à Presidência, à Mesa da Assembleia e aos setores da Casa, bem como a recepção de autoridades e delegações estrangeiras.

- **Relacionamento institucional**: coordenação e execução de ações de relacionamento institucional com outros órgãos do Poder Legislativo.

- **Relacionamento com o cidadão**: coordenação e execução de ações de relacionamento institucional entre o cidadão e a **ALMG**, por meio do Centro de Atendimento ao Cidadão (CAC).

- **Gestão do Sistema Fale com a Assembleia:** coordenação do trabalho de recebimento e resposta de e-mails institucionais, em parceria com os setores administrativos que possuem interface via internet de atendimento ao cidadão.

- **Projetos especiais de comunicação:** coordenação do suporte de comunicação para projetos como Movimento Idade com Qualidade, Marcha contra o crack e outras drogas, Dia do Barroco Mineiro e Assine + Saúde, realizados em 2013.

- **Assembleia aqui Comigo**: coordenação do suporte de comunicação para os trabalhos das Comissões no interior, por meio do projeto “Assembleia aqui Comigo”.

- **Apoio no desenvolvimento estratégico e no planejamento de comunicação** de atividades de educação para a cidadania, como Parlamento Jovem, concursos de redação, etc.

- **Produção artística e incentivo à cultura**: espetáculos gratuitos ou a preço simbólico; apresentações musicais, cênicas e de dança; e mostras de cunho artístico e educativo.

- **Gestão de bancos de dados** institucionais da **ALMG**: sendo o Sistema de Interação com o Cidadão (SIC), em parceira com a Gerência-Geral de Projetos Institucionais (GPI); o Sistema de Manutenção de Dados do Cidadão (SMC) e o Sistema de Eventos e Autoridades (SEA), todos em parceria com a Gerência-Geral de Tecnologia da Informação (GTI).

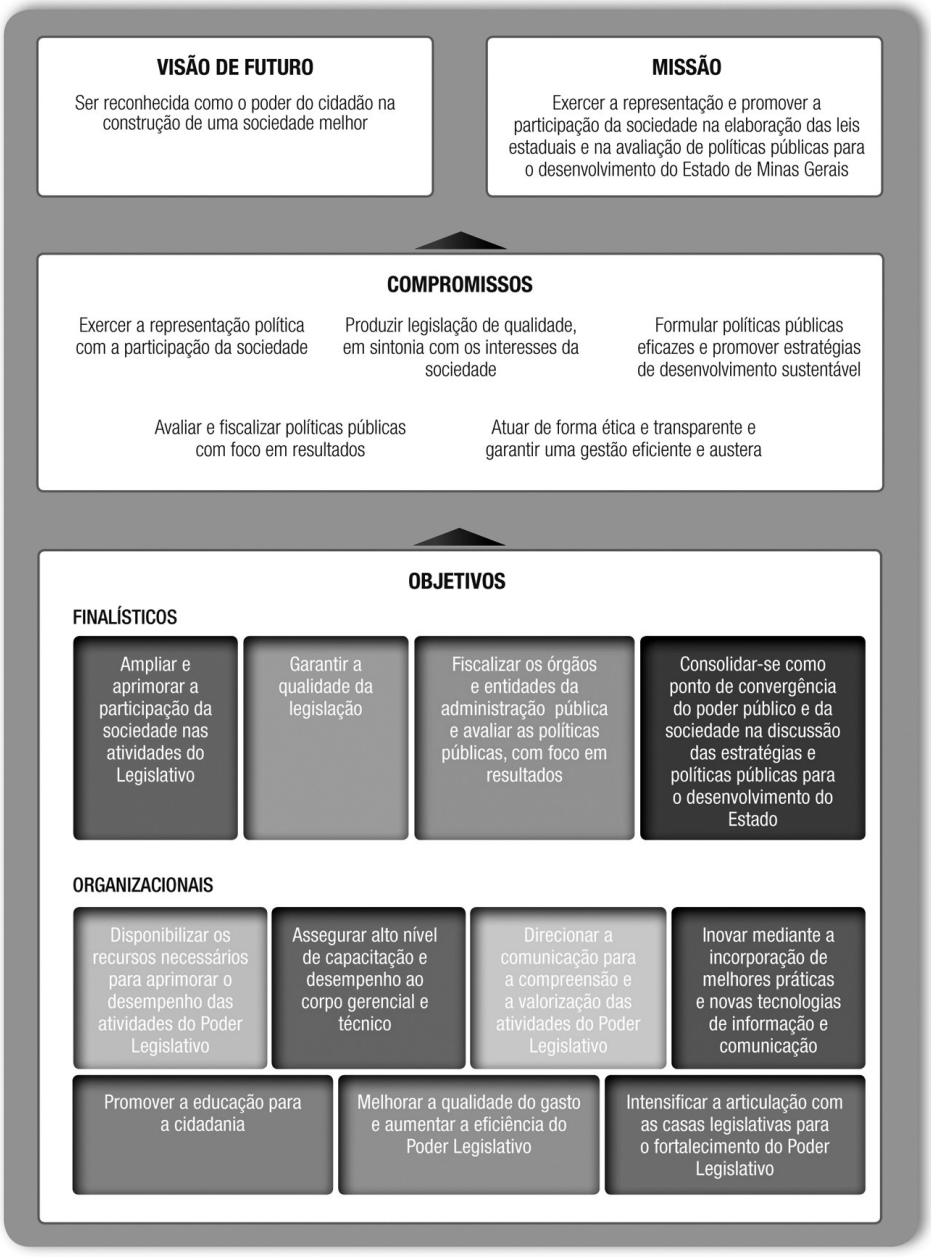
- **Pesquisas**: planejamento e coordenação de pesquisas de opinião pública para fins institucionais.

4) O problema de comunicação

Em 2010, pensando as Minas de hoje e de amanhã, os deputados mineiros determinaram a elaboração do Direcionamento Estratégico Assembleia 2020, um conjunto de diretrizes para a atuação do Legislativo pelo período de dez anos. A meta é alcançar a visão de futuro projetada para a **ALMG** : ser reconhecida como o poder do cidadão na construção de uma sociedade melhor.

Essa iniciativa é pioneira no País: foi a primeira vez que uma casa legislativa brasileira adotou, como poder, um processo de planejamento estratégico de longo prazo. Ações como essa contribuem para tornar o Parlamento mineiro referência em modernização administrativa, aprimoramento da legislação e consolidação de canais de participação social. E dá à Casa uma visão de futuro e métodos consistentes de elaboração e concretização de projetos, cujos resultados vão gerar impactos na vida do cidadão, no exercício da representação parlamentar, na administração da Casa e no desenvolvimento do Estado.

A imagem a seguir é o Mapa Estratégico que contém a visão de futuro, a missão, os compromissos e os objetivos do Direcionamento Estratégico Assembleia 2020.



Estar em sintonia com os interesses da sociedade é um valor importante para a Assembleia de Minas. Por isso, a partir da Constituição de 1989, a instituição adotou o desafio de aproximar-se dos cidadãos mineiros por meio de mecanismos institucionais de participação e diálogo. Desde então, a Assembleia avançou com a criação de canais de comunicação e estabeleceu um relacionamento permanente com a sociedade civil organizada, especialistas e outros órgãos públicos, que são constantemente convidados a participar dos trabalhos das comissões e dos eventos institucionais em que a construção das políticas públicas é compartilhada.

Com o Direcionamento Estratégico, a Assembleia tem buscado avançar mais e aproximar-se de cada cidadão individualmente, proporcionando mecanismos de interatividade para que cada um possa se expressar e participar da vida política. As novas possibilidades de interlocução trazidas pela internet facilitaram esse processo e a Casa passou a desenvolver consultas públicas *online* e a se comunicar com os cidadãos por meio das redes sociais.

A consolidação da participação da sociedade nos processos de debate sobre temas específicos – especilalmente no âmbitos das Comissões e dos eventos institucionais – está relacionada diretamente às funções de representação e fiscalização exercidas pela Assembleia, mas também influencia o processo legislativo. E é justamente esta função – a de fazer leis – que a maioria da população associa mais facilmente ao Poder Legislativo. Por isso, nos últimos anos, a instituição tem direcionado esforços de comunicação para tornar a legislação estadual conhecida e para formar um sentido em torno da norma, vinculando-a ao dia a dia das pessoas e aos impactos positivos que gera na realidade do Estado.

Mesmo assim, para a maioria das pessoas, participar da elaboração das leis pode parecer algo distante e inacessível. Interessada em reverter essa percepção e facilitar a participação, a Assembleia criou o projeto estratégico Consulta Pública de Proposição, que alinhou os objetivos de ampliar a participação da sociedade e de inovar mediante novas tecnologias ao compromisso de produzir legislação em sintonia com os interesses da sociedade. O resultado desse projeto foi o desenvolvimento do *site* Dê Sua Opinião sobre Projetos em Tramitação, que faz parte do Portal da Assembleia.

O *site* foi lançado em janeiro de 2014 e consiste em uma plataforma interativa na qual os cidadãos podem se manifestar a favor ou contra os projetos de lei em discussão na Assembleia e também expressar sua opinião. Podem, ainda, concordar ou não com os comentários de outros cidadãos. E, se quiserem, podem compartilhar o projeto por meio das redes sociais ou por *e-mail*. A opinião dos cidadãos fica registrada junto ao projeto mesmo depois da tramitação.

Para participar, o cidadão deve entrar no Portal da **ALMG**, clicar em *Participe*, depois em *Dê sua Opinião sobre Projetos em Tramitação*. Se for o primeiro acesso, será necessário efetuar um cadastro simples, informando apenas nome, *e-mail* e município, além da definição de uma senha. Depois, poderá buscar os projetos em tramitação pelo número, ano, autor ou assunto. Ao encontrar aquele de seu interesse, o cidadão terá acesso a informações sobre o conteúdo do projeto e etapa em que se encontra. O *Dê sua Opinião* abre mais uma possibilidade de participação nas atividades da Assembleia, complementando outras ações de cidadania, o que intensifica a relação do Parlamento com a sociedade.

Já para os parlamentares, a ferramenta possibilita ter acesso a um painel variado, com opiniões, sugestões e comentários dos cidadãos; monitorar a opinião pública a partir dessas manifestações, verificando o interesse social e a receptividade do projeto; obter subsídios para o aperfeiçoamento da proposta; e analisar o alcance e a repercussão dos projetos em tramitação. A partir desses dados, o parlamentar pode mobilizar setores interessados nos assuntos propostos e exercer o mandato de forma sintonizada com as demandas da sociedade.

A proposta da Assembleia de Minas é ousada, pois permite a participação direta do cidadão no processo legislativo. Essa iniciativa vai ao encontro das demandas vocalizadas nas manifestações sociais de 2013, em que o povo deixou clara a falta de reconhecimento e de vinculação entre representados e representantes. Além disso, torna ainda mais fácil acompanhar a tramitação dos projetos de lei, pois a interface é amigável e informativa.

O Parlamento é um poder de formação plural, onde convivem representantes de diversos segmentos sociais e linhas de pensamento que deliberam sobre as políticas que vão determinar os rumos do nosso Estado. Essa característica compõe um cenário extremamente desafiador do ponto de vista da comunicação. Se, por um lado, essa diversidade impõem, algumas vezes, um ritmo mais lento à tomada de decisões – que pode não corresponder às expectativa de respostas ágeis por parte da sociedade –, por outro, traz a certeza de que essas decisões expressam um consenso ou o pensamento da maioria, que é fruto do debate e da aplicação dos princípios democráticos.

A Assembleia de Minas, ao se aproximar da sociedade, procura dar à representação um significado mais concreto e, ao mesmo tempo, permitir a participação direta do cidadão e possibilitar ao povo a fiscalização do que está sendo feito com o poder que ele delegou ao seu representante.

Diante do exposto, pode-se identificar alguns desafios para a comunicação sobre o *Dê sua Opinião*:

- Despertar o interesse da população pelos temas da política – especialmente sobre o trabalho do Legislativo – considerados áridos e de difícil compreensão;
- Incentivar a participação do cidadão como exercício de cidadania, pois, além de votar no dia das eleições, ele deve acompanhar o mandato dos parlamentares eleitos;
- Valorizar o parlamentar como protagonista nas decisões mais importantes para a sociedade mineira;
- Posicionar a instituição como espaço democrático digno das expectativas da sociedade.

Qual seria a sua proposta para a comunicação publicitária a respeito do *Dê sua Opinião*? Como incentivar a participação da sociedade e, ao mesmo tempo, valorizar o parlamentar como detentor do mandato? Como despertar o interesse da sociedade sobre o debate a respeito das leis, em um cenário de distanciamento da vida política pela maioria das pessoas? E, para complementar, qual seria a estratégia de mídia mais adequada, levando-se em consideração inclusive os meios de comunicação da **ALMG**?

No sentido de orientar o esforço de planejamento, acreditamos ser aconselhável que a proposta da licitante demonstre:

1. Visão de comunicação integrada, com uso de todas as ferramentas (propaganda, promoção, imprensa, relações públicas, internet e database);
2. Visão estratégica e uma concepção que viabilize um processo de comunicação permanente e de metas claras para a instituição;
3. Visão moderna das relações e do papel da Assembleia com os diversos segmentos da sociedade;
4. Ser exequível, compatível com os recursos previstos e racional na proposta de gastos, considerando não só a comunicação com a Capital, mas também com as diversas regiões do Estado;
5. Ser inovadora na proposição de conceitos e enfoques adequados às expectativas dos diversos segmentos de público;
6. Comunicação suprapartidária, institucional e focada no cidadão, no sentido de que as estratégias, ferramentas, projetos, conteúdos e mensagens façam sentido para qualquer pessoa, independentemente de simpatias ideológicas;
7. Segmentação de públicos com consistência e visão abrangente dos relacionamentos da Assembleia em suas diversas dimensões;
8. Alinhamento com a visão de futuro e a missão da Assembleia de Minas.

ANEXO II

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 114/2014

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

SOCIEDADE EMPRESÁRIA/CONSÓRCIO: .....

ENDEREÇO: .....

CNPJ: ..... TELEFONE: ..... FAX: .....

ITEM	DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS	PERCENTUAL DE DESCONTO A SER CONCEDIDO À ALMG(*)
1	Percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação aos previstos na tabela do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado de Minas Gerais.	_____% (valor por extenso)

.....

NOME

.....

ASSINATURA

DATA: ...../...../.....

(*) O Percentual de desconto deverá ser informado em numeral e por extenso.

ANEXO III

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 114/2014

MODELO DE MINUTA DE COMPROMISSO DE CONSTITUIÇÃO DE CONSÓRCIO

SOCIEDADE EMPRESÁRIA _____, com sede em _____, na Av/Rua _____, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, a seguir denominada _____, e, _____, com sede em _____, em conjunto denominadas **PROPONENTES**;

Considerando:

Que a **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS – ALMG,** através de sua Diretoria de Comunicação Institucional, fará realizar Concorrência Pública para a prestação de serviços estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e informar o público em geral, incluindo como atividades complementares: planejamento e 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; a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados; a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, patrocínio de mídia e demais serviços necessários à complementação das ações de comunicação social da **ALMG,** excetuando-se a publicidade oficial a ser veiculada no Diário Oficial; e o interesse das proponentes em participar da referida concorrência, de forma consorciada, resolvem celebrar o presente **COMPROMISSO DE CONSTITUIÇÃO DE CONSÓRCIO**, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

Por este instrumento as proponentes assumem o compromisso de elaborarem proposta conjunta para prestação de serviços de publicidade, em Concorrência Pública promovida pela **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS** 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 conterá, entre outras, as condições exigidas no Edital respectivo e estipuladas neste instrumento.

CLÁUSULA SEGUNDA - DA PARTICIPAÇÃO

Os proponentes (sociedade empresária.....) e (sociedade empresária .....) terão uma participação de .....% (.....por cento) e .....% (.....por cento), respectivamente, no **CONSÓRCIO** a ser constituído, cabendo-lhes iguais responsabilidades nas atividades a serem desenvolvidas.

CLÁUSULA TERCEIRA - DAS RESPONSABILIDADES E LIDERANÇA

A liderança do **CONSÓRCIO** será exercida pela _____, a quem competirá representá-lo perante a Assembleia LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS, respondendo diretamente pelo integral cumprimento de todas as obrigações assumidas, sem prejuízo da responsabilidade solidária das demais proponentes.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DAS PROPONENTES

As proponentes 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 - DA EXCLUSIVIDADE E CONFIDENCIALIDADE

As proponentes se obrigam não participar de outros ajustes que tenham objetivos idênticos aos delineados no presente instrumento.

CLÁUSULA SEXTA

As proponentes 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 - DA CONSTITUIÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DO CONSÓRCIO

O **CONSÓRCIO** será constituído nos termos dos artigos 278 e 279 da Lei n.º 6.404, de 15/12/76, atendidas as exigências estatutárias das proponentes, devendo por estas ser administrado, e vigorará pelo prazo de duração do contrato a ser celebrado com a **ALMG**.

CLÁUSULA OITAVA - DA VIGÊNCIA

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 NONA - DO FORO

As partes elegem o foro da comarca de _____ 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 04 (quatro) vias de igual teor e forma, e para um só efeito legal, na presença das testemunhas abaixo nomeadas e assinadas.

_____

_____

_____

_____

_____

ANEXO IV

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 114/2014

ENVELOPE CONFORME SUBITEM 3.4 DO EDITAL

- O envelope de que trata o subitem 3.4 do Edital está disponível na Gerência de Compras da ALMG na Rua Martim de Carvalho, 94 - 5º andar, Bairro Santo Agostinho – Belo Horizonte-MG - CEP 30.190-090, no horário de 08:00 às 18 horas, de segunda a sexta-feira.

ANEXO V

CONCORRÊNCIA Nº 001/2014

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 114/2014

MINUTA DE CONTRATO

MTA/31/2014

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATANTE : Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais.

CONTRATADA:

OBJETO : Prestação de serviços de publicidade e propaganda

PREÇO MÁXIMO ANUAL: R$ 19.500.000,00 (dezenove milhões e quinhentos mil reais)

PERIODICIDADE DE REAJUSTE: Anual

INDEXADOR: INPC/IBGE

VIGÊNCIA : 12 (doze) meses, a contar de sua assinatura, inclusive.

LICITAÇÃO : Concorrência 001/2014

DIRETORIA RESPONSÁVEL: Diretoria de Comunicação Institucional (DCI)

Entre a **Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais**, com sede na Rua Rodrigues Caldas nº 30, nesta Capital, inscrita no CNPJ sob o nº 17.516.113/0001-47, adiante designada **CONTRATANTE**, representada pelo seu Presidente, Deputado Deputado Dinis Antônio Pinheiro, e pelo seu Primeiro-Secretário, Deputado Deputado Dilson Luiz de Melo, e a sociedade empresária _____, com sede em _____, na _____, n.º _____, Bairro _____, CEP _____, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, adiante designada **CONTRATADA**, neste ato representada nos termos de seu contrato social/estatuto, tendo em vista o resultado do procedimento licitatório, pela modalidade Concorrência 001/2014, publicado no Diário do Legislativo em ___/___/____, homologado por decisão da Mesa da **CONTRATANTE** em reunião de ___/___/___, e o EXPJ n.º _____, da Procuradoria-Geral da **CONTRATANTE**, fica contratado, sob o regime das Leis Federais n.ºs 8.666/93 e 12.232/10; Lei Estadual n.ºs 13.994/01; Deliberações da Mesa da Assembleia Legislativa de Minas Gerais 2.396/2007, 2.430/2008 e 2.514/2011; Portaria PRES/PSEC nº 40/2009 da ALMG; normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial a Lei nº 4.680/65; o Decreto Federal nº 57.690/66, parcialmente modificado pelo Decreto Federal nº 4.563, de 31/12/2002; o Código de Auto-Regulamentação Publicitária, de 1978; as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, contidas em documento assinado pelas entidades nacionais representativas dos segmentos que compõem esta atividade, em São Paulo, edição de janeiro de 2003, sob orientação do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP); e demais dispositivos aplicáveis, o seguinte:

1 - DO OBJETO DO CONTRATO

1.1. O objeto deste contrato é a prestação, por parte da **CONTRATADA**, de serviços de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação, com o objetivo de difundir idéias ou informar o público em geral, bem como para prestação dos serviços abaixo indicados:

1.1.1 - planejamento e 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 difundidos os materiais e ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

1.1.1.1 - as pesquisas e avaliações previstas acima terão finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.1.2 - a produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

1.2 - Não está contemplado no objeto deste contrato a divulgação de publicidade oficial, assim entendida a publicação de documentos e informações determinadas por força de lei ou regulamento, veiculada via Diário Oficial.

1.3 - A especificação do objeto deste contrato completa-se com o conteúdo do "Briefing" (Anexo I do Edital da Concorrência nº 001/2014), que contém informação, instrução e orientação para os interessados e é parte integrante do presente termo.

1.4 - O público alvo dos serviços contratados é primordialmente a população do Estado de Minas Gerais, respeitados os segmentos específicos para a comunicação dirigida, como campanhas de lançamento e sustentação de ações, serviços e pesquisas, podendo atingir outros públicos internos ou externos à ação dos órgãos e entidades.

1.5 - A Agência atuará por conta e ordem da **CONTRATANTE** em conformidade com o art. 3º da Lei n.º 4.680/65, sendo que somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo **CONTRATANTE** poderão fornecer à **CONTRATADA** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, na contratação de:

1.5.1 - fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários para a execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos na cláusula 1.1 e nas subcláusulas 1.1.1 a 1.1.3;

1.5.2 - veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia seja ela convencional, alternativa, digital ou online.

1.6 - É vedado incluir outros serviços não previstos acima, em especial as de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.7 - Entende-se como divulgação de marca a realização de patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação.

1.8 - A **CONTRATANTE** poderá ampliar ou reduzir quantitativamente o objeto deste contrato, respeitada a limitação prevista em lei, hipótese em que se fará o reajustamento correspondente e proporcional ao seu preço, desde que mantidas as condições gerais da proposta original.

1.9 - O objeto deste contrato deve ser executado diretamente pela **CONTRATADA**, não podendo ser subempreitado, cedido ou sublocado, excetuado quanto ao fornecimento de bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares indicadas nas subcláusulas 1.1.1 a 1.1.3, conforme art. 14 da Lei 12.232/2010.

1.9.1 - 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.

1.9.2 - No caso da subcláusula 1.9.1, 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 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

1.9.3 - 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 nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto na subcláusula 1.9.2.

2 - DO REGIME DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

2.1 - A **CONTRATADA** cederá à **CONTRATANTE**, total e definitivamente, todos os direitos patrimoniais de uso das idéias, incluídos os estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

2.2 - No caso de serviços que requeiram o pagamento a terceiros de cessão de direitos autorais, fica a **CONTRATADA** obrigada a solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para a execução dos serviços, sendo um de cessão de direitos por tempo limitado e o outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **CONTRATANTE** escolha uma das opções.

2.2.1 - Caso a opção seja pela cessão de direitos por tempo limitado, a **CONTRATADA** deverá condicionar expressamente a contratação dos terceiros à aceitação dos prazos de validade de direitos autorais estipulados conforme a necessidade de comunicação específica da **CONTRATANTE**, devendo ser utilizados os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

2.2.2 - Se a opção for pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva de direitos a **CONTRATADA** deverá fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, cláusulas escritas que:

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

2.2.2.2 - estabeleçam que a **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

2.3 - Nos serviços que demandem a contratação de atores e modelos, a **CONTRATADA** obriga-se a apresentar pelo menos três opções, com os respectivos valores de cachês neles incluídos os direitos de uso de imagem e som de voz, que deverão ser submetidos à aprovação da **CONTRATANTE**.

2.3.1 - No caso de reutilização de peças por igual período ao inicialmente contratado, o cachê poderá ser repactuado, tendo como limite, o valor inicialmente contratado, aplicando-se, em tal caso, a variação do INPC/IBGE, desde que decorrido pelos menos 01 (um) ano da cessão original dos direitos. Caso a repactuação se dê por período inferior ou superior ao inicialmente contratado, o limite de valor será reduzido ou acrescido proporcionalmente.

2.4 - Os contratos celebrados pela **CONTRATADA** com terceiros que envolvam a cessão de direitos autorais e de uso de imagem e de som de voz deverão ser apresentados à **CONTRATANTE** necessariamente antes da veiculação e/ou publicação dos serviços.

2.5 - Compete à **CONTRATADA** responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que executados por terceiros, observando as normas éticas e técnicas aplicáveis, reparando, corrigindo, removendo, reconstruindo ou substituindo às suas expensas, no total

ou em parte, esses serviços, quando se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da má execução ou de materiais inadequados empregados.

2.5.1 - A **CONTRATANTE** rejeitará, no todo ou em parte, o serviço ou fornecimento executado em desacordo com o contrato.

2.6 - O plano de mídia e demais documentos que contenham planejamento de serviços, custos ou avaliação de resultados deverão ser previamente submetidos à aprovação da Diretoria de Comunicação Institucional da **CONTRATANTE**.

2.7 – A **CONTRATADA** só poderá divulgar as informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da **CONTRATANTE**, se houver expressa autorização desta.

2.8 - O pessoal a ser empregado na prestação dos serviços objeto deste contrato não terá qualquer vínculo empregatício com a **CONTRATANTE**, sendo de responsabilidade da **CONTRATADA** os encargos trabalhistas e previdenciários, fiscais e comerciais decorrentes da execução do contrato, bem como o cumprimento das convenções coletivas da categoria e de todos os dispositivos legais pertinentes.

2.8.1 - Os profissionais indicados para fins de comprovação de capacidade de atendimento deverão participar, pessoalmente, da elaboração dos serviços previstos neste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela **CONTRATANTE**.

2.9 - A CONTRATADA deverá credenciar preposto para representá-la junto à **CONTRATANTE**, com a incumbência de resolver todos os assuntos relativos à execução do contrato.

2.9.1 - O preposto deverá comparecer à sede da **CONTRATANTE**, de imediato, sempre que requisitado.

2.9.2 - Havendo impossibilidade de atendimento à **CONTRATANTE** por parte do preposto credenciado, caberá à **CONTRATADA** indicar substituto.

2.10 - A **CONTRATADA** e suas equipes submeter-se-ão às condições fixadas pela **CONTRATANTE** quanto ao comportamento, discrição e urbanidade em serviços executados em suas dependências, sujeitando-se às regras do sigilo em relação a assuntos de que tomem conhecimento em decorrência da execução dos serviços, inclusive após cessado o contrato decorrente deste contrato.

2.11 - Todo equipamento e material de segurança necessários à execução do objeto deste contrato serão de responsabilidade da **CONTRATADA**, devendo a empresa fiscalizar o seu uso adequado e o correto cumprimento das normas e medidas de segurança.

2.12 - A **CONTRATANTE** divulgará as informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às

informações por quaisquer interessados, nos termos do Art. 16 da Lei nº 12.232, de 29/04/2010.

2.13 - Na execução dos serviços especificados neste contrato, obriga-se a **CONTRATADA** a manter, durante toda a sua execução, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

2.14 - DA DISTRIBUIÇÃO DA PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

2.14.1 - A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem da **CONTRATANTE**, se previamente os identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

2.14.2 - Conforme descrito no objeto, previsto na cláusula 1.1, cabe à **CONTRATADA** intermediar e supervisionar a execução externa do serviço de distribuição de publicidade aos veículos de comunicação.

2.14.3 - Os custos e as despesas de veiculação apresentados à **CONTRATANTE** para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

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

2.14.3.2 - A concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação pela **CONTRATADA**, e os frutos deles resultantes constituem, na forma do art. 18 da Lei 12.232/2010, receita própria da **CONTRATADA** e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem anterior.

3. DA FISCALIZAÇÃO:

3.1 - A **CONTRATANTE** promoverá fiscalização da execução dos serviços, por meio de sua Diretoria de Comunicação Institucional, em todas as suas fases, obrigando-se a **CONTRATADA** a facilitar o trabalho da equipe encarregada da fiscalização, prestando-lhe informações ou esclarecimentos necessários e ainda atendendo às suas solicitações e determinações.

3.1.1 - Ficam indicados os servidores _____ e _____, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e para manter contato permanente com a **CONTRATADA** ou seu representante, nos termos do artigo 14 da Deliberação da Mesa da **ALMG** nº 2.514, de 2011.

3.1.2 - À equipe fiscal compete entre outras providências:

a) sustar, no todo ou em parte, a execução dos serviços, sempre que a medida for considerada necessária;

b) recusar qualquer serviço que apresente incorreções e/ou não atenda às especificações contidas neste edital, ficando as correções às custas da CONTRATADA;

c) decidir acerca das questões que se apresentarem durante a execução dos serviços;

3.2 - A ação fiscalizadora da **CONTRATANTE** não fará cessar nem diminuir a responsabilidade da **CONTRATADA** pelo perfeito cumprimento das obrigações estipuladas neste contrato, nem por quaisquer danos, inclusive quanto a terceiros, ou irregularidades constatadas.

4. DA GARANTIA CONTRATUAL

4.1 - Para a fiel execução das obrigações assumidas, no ato de assinatura deste Contrato, a **CONTRATADA** deve apresentar garantia no valor correspondente a 5% (cinco por cento) do preço global contratado, optando por uma das modalidades previstas no art. 56, § 1.º, da Lei n.º 8.666/93, a qual será liberada após execução do Contrato.

4.1.1 - A garantia prevista acima será liberada quando da execução integral deste contrato.

4.1.2 - Em caso de opção pela modalidade de “seguro-garantia”, não poderá haver cláusula de exclusão da responsabilidade sobre débitos de natureza trabalhista ou previdenciária.

4.1.3 - Em caso de opção pela modalidade "caução em dinheiro", o depósito deverá ser efetuado na Gerência de Tesouraria da **CONTRATANTE**.

4.1.4 - Em caso de opção pela modalidade “caução em dinheiro”, nos termos do subcláusula 4.1.3, o Gestor do contrato fará o preenchimento da “Autorização para Levantamento da Caução” e providenciará junto à Gerência-Geral de Finanças e Contabilidade da **CONTRATANTE**, a liberação da referida caução, que será corrigida nos mesmos índices do reajuste do contrato.

5 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

5.1 - As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta 1011-01-122.701-2.009 - 3.3.90 – 10.1 da dotação orçamentária.

6 - DO PREÇO E DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

6.1 - O valor máximo anual de pagamentos relativos ao presente contrato será de **R$ 19.500.000,00 (dezenove milhões e quinhentos mil reais)**, ressalvada a possibilidade de ampliação ou redução prevista em lei.

6.1.1 - O quantitativo previsto neste contrato reflete apenas a possibilidade de contratação de serviços de comunicação no período de 01 (um) ano. Por se tratar de quantitativo estimado, não se obriga a **CONTRATANTE** a contratar tal quantitativo, sendo certo que, para efeito de pagamento, só serão considerados os serviços efetivamente executados.

6.2 - Nos preços a serem praticados no contrato deverão estar incluídas todas as despesas relacionadas direta ou indiretamente com o cumprimento dos serviços, tais como: salário, direitos autorais, patrimoniais e de uso de imagem e som de voz, alimentação, administração, encargos sociais e trabalhistas, vale-transporte, equipamentos de proteção individual e coletiva, taxas, impostos, contribuições, fretes e outros porventura existentes.

6.3 - A execução dos serviços de que trata este contrato será assim remunerada:

6.3.1 - Relativamente à veiculação, os serviços publicitários farão jus ao desconto padrão de agência não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios encaminhados ao veículo, considerando-se o desconto concedido pelos veículos de comunicação sobre seus preços de tabela, deduzido o percentual de desconto previsto no Anexo “B” - “Sistema Progressivo de Serviços/Benefícios” do subitem 4.4 das Normas Padrão do CENP.

6.3.1.1 - Para fins da definição do percentual de desconto previsto no Anexo “B” do subitem 4.4 das Normas Padrão do CENP a que se refere o subcláusula anterior, será considerado, desde o primeiro faturamento, o percentual correspondente ao enquadramento do montante global do contrato.

6.3.2 - Por honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados junto a fornecedores especializados, cadastrados junto à **CONTRATANTE**, conforme estabelecido no art. 14 da Lei n.º 12.232/2010, quando a responsabilidade sobre a produção, acompanhamento e faturamento for da **CONTRATADA**.

6.3.3 - Pelos preços estabelecidos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, para os serviços ali previstos, deduzido o percentual de _____, correspondente ao desconto proposto pela **CONTRATADA**.

6.3.3.1 - Os preços dos serviços não especificados na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais serão orçados por avaliação de peças similares, previstas na referida tabela.

6.3.4 - Pelo percentual de 5% (cinco por cento), conforme estabelecido no item 3.6.2 das Normas do CENP, de acordo com o desconto sobre "honorários" para os casos em que a responsabilidade da **CONTRATADA** limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, conforme desconto oferecido junto à proposta de preços da **CONTRATADA**, que é parte integrante do presente contrato. Esta hipótese aplica-se quando a responsabilidade sobre a produção e o acompanhamento for da **CONTRATANTE**.

6.4 - A liquidação da despesa será realizada pela área gestora/mantenedora do contrato, por meio da aceitação formal do objeto, desde que cumpridas as exigências contratuais e mediante a apresentação das notas fiscais/faturas e **CND/INSS.**

6.5 - O pagamento será mensal, em duas parcelas, mediante processo administrativo. A **CONTRATADA** apresentará as notas fiscais/faturas à Diretoria de Comunicação Institucional da **CONTRATANTE** dos serviços efetivamente prestados até o 5º e o 15º dias úteis do mês e a **CONTRATANTE** disporá de até 10 (dez) dias úteis para efetuar o pagamento, contados da data da aceitação dos serviços, por meio de depósito em conta bancária de sua titularidade, formalmente indicada com os demais dados necessários à sua operacionalização, nos termos da Deliberação da Mesa da ALMG nº 2.514/2011.

6.5.1- Em caráter extraordinário, a critério da Diretoria de Comunicação Institucional da **CONTRATANTE**, o encaminhamento dos processos para pagamento poderá ser efetuado em maior número de parcelas mensais do que o estabelecido acima.

6.5.2 - As cobranças dos serviços que constituem objeto deste contrato serão documentadas mediante apresentação dos seguintes documentos:

a) no caso de prestação de serviços: nota fiscal/fatura da **CONTRATADA**, em primeira via; nota fiscal/fatura de fornecedores em primeira via, em nome da **CONTRATANTE**; estimativa de custo; comprovante de execução da peça e, no mínimo, 03 (três) orçamentos, quando se tratar de atividade complementar;

b) no caso de contratação de mídia: nota fiscal de serviços da agência, em primeira via; Nota Fiscal de Serviços de Comunicação - NFSC - dos veículos de comunicação, em primeira via, em nome da **CONTRATANTE**; acompanhadas da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, a cargo de sociedade empresária independente, sempre que possível.

6.6 - O pagamento só será efetuado após a necessária aceitação dos serviços pela Diretoria de Comunicação Institucional da **CONTRATANTE**, devendo a **CONTRATADA** apresentar, juntamente com a Nota Fiscal/Fatura a Certidão Negativa de Débito junto ao INSS atualizada.

6.7 - A **CONTRATANTE** não efetua pagamento antecipado, não sendo considerados os itens das propostas que assim se apresentarem.

7 - DAS MULTAS E DEMAIS SANÇÕES

7.1 - Pela inexecução total ou parcial deste contrato, poderá a **CONTRATANTE** aplicar as sanções previstas na legislação pertinente, especialmente o art. 87 da Lei n.º 8.666/93 e as disposições da Deliberação da Mesa nº 2.514, de 2011, independentemente de procedimento judicial.

7.2 - Pelo atraso injustificado na execução do contrato, poderá a **CONTRATANTE** aplicar à **CONTRATADA** multa de mora de até 0,3% (três décimos por cento), por dia, até o 30º (trigésimo) dia de atraso, e de até 20% (vinte por cento), no caso de atraso superior a 30 (trinta) dias, calculada sobre o valor do contrato ou da parcela executada com atraso.

7.3 - No caso de a **CONTRATADA** deixar de cumprir obrigação legal ou contratual, ou se recusar a corrigir falta ou defeito apontado pela **CONTRATANTE,** ou pela inexecução parcial ou total do contrato, será aplicada multa compensatória baseada na estimativa dos prejuízos causados à **CONTRATANTE**, a que se refere o inciso II do "caput" do art. 21 da Deliberação da Mesa da **ALMG** nº 2.514, de 2011, graduada em até 20% (vinte por cento) do valor do contrato ou da parcela não executada.

7.4 - O valor das multas previstas acima será descontado do pagamento de fatura(s) eventualmente devida(s) pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**, ou da garantia por esta fornecida e, quando não houver pagamento a ser efetuado nem garantia, a multa será cobrada administrativa ou judicialmente, observado o disposto no § 2º, do art. 21, da Deliberação da Mesa da **ALMG** nº 2.514, de 2011, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

7.5 - As penalidades previstas neste contrato serão aplicadas de acordo com a Deliberação da Mesa da **ALMG** nº 2.514, de 2011.

8 - DA VIGÊNCIA E DO CRITÉRIO DE REAJUSTE

8.1 - O prazo de duração deste contrato será de 12 (doze) meses, prorrogável na forma da lei. Havendo prorrogação, o valor anual do contrato, indicado na subcláusula 6.1, poderá sofrer reajuste calculado pela variação acumulada do INPC - Índice Nacional de Preços ao Consumidor, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, contada a partir da data do início do contrato.

9 - DA RESCISÃO CONTRATUAL

9.1 - O presente contrato poderá ser rescindido, unilateralmente, pela **CONTRATANTE,** independente de qualquer processo judicial, tanto por inadimplência da **CONTRATADA** como por interesse público, nos termos do art. 78 da Lei n.º 8.666/93, com as conseqüências descritas no respectivo diploma legal, sem prejuízo, quando for o caso, da apuração da responsabilidade civil e criminal, bem como da aplicação de outras sanções cabíveis.

9.2 - As partes contratantes poderão promover a rescisão amigável do contrato, mediante de termo próprio de distrato.

9.3 - Na hipótese de rescisão não amigável do contrato, não vinculada a ato ou fato da **CONTRATADA,** ser-lhe-á dado pré-aviso com, no mínimo, 30 (trinta) dias de antecedência.

10 - DAS RESPONSABILIDADES

10.1 - Ressalvadas as hipóteses de caso fortuito ou força maior mencionados no art. 393 do Código Civil, a **CONTRATADA** responderá pela cobertura integral de quaisquer prejuízos sofridos diretamente pela **CONTRATANTE** ou causados a terceiros, por ato ou fato, comissivos ou omissivos, da **CONTRATADO** ou de seus prepostos.

10.2 - Em caso de ocorrência dos prejuízos e danos previstos no subitem anterior, a **CONTRATANTE** poderá abatê-los das faturas relativas aos serviços prestados pela **CONTRATADA**, ou, se inviável a compensação, promover a cobrança judicial, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

11 - ANEXOS

11.1. Integram o presente contrato o edital da Concorrência n.º 001/2014, seus anexos e a proposta da **CONTRATADA,** naquilo em que não conflitarem com o presente instrumento.

12 - DO FORO

12.1 - O foro da Comarca de Belo Horizonte (MG) é o competente para solucionar as controvérsias oriundas deste contrato.

As partes firmam o presente contrato, em duas vias, na presença de duas testemunhas.

Belo Horizonte, ____ de _____ de 2014.

Deputado Dinis Antônio Pinheiro
Presidente

Deputado Dilzon Luiz de Melo
Primeiro-Secretário

CONTRATADA

TESTEMUNHAS: 1) **(CPF)**

2) **(CPF)**