ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 176/2020

EDITAL

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

Esta licitação será regida pelas Leis Federais nºs 8.666/1993, 12.232/2010 e 4.680/1965; Lei Estadual nº 13.994/2001; Deliberação da Mesa Diretora da ALMG nº 2.598/2014; pelo Decreto Federal nº 57.690/1966, parcialmente modificado pelo Decreto Federal nº 4.563/2002; pelo Código de Autorregulamentação Publicitária, na versão vigente na data de publicação deste edital; pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), na versão vigente na data de publicação deste edital (com exceção das normas indicadas no art. 7º do Decreto nº 57.690/1966, que se aplicarão conforme a versão especificada nesse Decreto); e demais normas legais aplicáveis. Normas do Código de Autorregulamentação Publicitária e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas posteriormente às datas de vigência indicadas neste preâmbulo não serão consideradas e nem aplicadas nesta licitação e nem no contrato que decorrerá desta licitação, salvo se houver concordância expressa da ALMG.

As sessões públicas desta Concorrência serão realizadas no auditório do Ed. Carlos Drummond de Andrade, na Rua Martim de Carvalho, 94, 13º andar, Bairro Santo Agostinho, Belo Horizonte-MG.

A sessão de recebimento dos envelopes das propostas técnica e de preço, bem como a realização da abertura dos invólucros será a partir das 9 horas do dia 30/3/2021, HORÁRIO DE BRASÍLIA – DF.

1 - DO OBJETO

1.1. O objeto deste instrumento é a prestação, por parte da **CONTRATADA**, de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tem por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, inclusive digitais, com o intuito de difundir ideias e informar o público em geral. Incluem-se, ainda, como atividades complementares:

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

1.1.1.1 - as pesquisas e as avaliações previstas acima terão as finalidades específicas 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, vedada qualquer aplicação para fins eleitorais ou veiculação de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

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

1.1.3 - a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias (entre as quais a internet e seus subprodutos), visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

1.1.3.1 - a criação e a produção de conteúdos e de campanhas de publicidade em mídias digitais previstas acima devem ser executadas em consonância com as orientações da Mesa Diretora da **CONTRATANTE** e da Diretoria de Comunicação Institucional – DCI –, alinhadas com o monitoramento diário de postagens e da redação de respostas aos usuários e a produção de relatórios que deverão conter a classificação das menções na internet;

1.1.3.2 - o monitoramento e a produção de relatórios terão as finalidades específicas de aferir a estratégia de publicidade em mídias digitais e de possibilitar a mensuração dos resultados das ações em mídias sociais realizadas em decorrência da execução do contrato, em todo o ambiente digital, além dos canais próprios da **CONTRATANTE.**

1.1.4 - a contratação dos serviços elencados no subitem 1.1 tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas

públicas, ou informar e orientar o público em geral;

1.1.5 - o planejamento e as pesquisas previstos no subitem 1.1.1 objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

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

1.3 - A especificação do objeto completa-se com o conteúdo do briefing (Anexo I), que contém informação, instrução e orientação para os interessados e é parte integrante do presente instrumento.

1.4 - O público-alvo dos serviços 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 das entidades.

1.5 - A **CONTRATADA** atuará por conta e ordem da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965 e o § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010, na contratação de:

a) fornecedores de serviços de produção, especializados ou não, necessários para a execução técnica de peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos no item 1.1 e nos subitens 1.1.1 a 1.1.3;

b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia (que pode ser convencional, alternativa, digital ou *on-line*).

1.5.1 - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente aprovadas pela **CONTRATANTE** poderão fornecer à **CONTRATADA** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto.

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

1.6.1 - Não se incluem no conceito de patrocínio, mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

2 - DA PARTICIPAÇÃO

2.1 - Poderão participar do processo licitatório sociedades empresárias especializadas, nos termos do art. 3º da Lei nº 4.680, de 18/6/1965, legalmente estabelecidas no País, que se encontrem em regular funcionamento e que preencham as condições exigidas por este edital.

2.1.1 - Não será admitida a participação de empresas em consórcio.

2.2 - Não poderão participar desta licitação a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário individual que:

a) incidirem no estipulado no art. 9.º da Lei nº 8.666/1993;

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

c) incorrerem em outros impedimentos previstos em lei.

2.3 - DA REPRESENTAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO

2.3.1 - O credenciamento, realizado na mesma sessão prevista no subitem 3.1, será feito através da apresentação de:

a) Para procurador da licitante: instrumento público de procuração ou instrumento particular com firma reconhecida, com poderes para falar em nome da 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 da proponente, acrescido do estatuto ou contrato social no qual estejam expressos os poderes para outorga.

b) 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.

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

2.3.2 - 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.

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

2.3.4 - Todos os documentos previstos no subitem 2.3 deverão ser apresentados em via digital, preferencialmente com assinatura digital. Caso não contenham assinatura digital, os representantes das licitantes deverão portar a via original, para conferência pelos membros da Comissão Permanente de Licitação.

2.3.5 - Para assinatura das atas lavradas no Sistema Eletrônico de Informação – SEI-ALMG –, os representantes deverão se cadastrar previamente como usuários externos no endereço eletrônico https://sei.almg.gov.br/usuario_externo, por meio de *e-mail* e senha pessoais e intransferíveis.

2.3.5.1 - Para ativar o cadastro, os representantes legais das licitantes deverão enviar cópia de RG, CPF e comprovante de endereço para o *e-mail*: sei.cadastro@almg.gov.br. O teor e a autenticidade de documentos originais ou de cópias recebidos pela ALMG são de responsabilidade do interessado que os apresentou.

2.3.5.2 - São deveres do usuário externo do SEI: manter o sigilo da senha de acesso, atualizar os dados cadastrais sempre que necessário e verificar periodicamente o recebimento de *e-mail*s. O usuário responderá administrativa, civil e penalmente pelas ações efetuadas por intermédio do acesso ao sistema.

2.3.5.3 - A realização do cadastro como usuário externo no SEI-ALMG, instituído por meio da Deliberação da Mesa nº 2.712/2019, importará a aceitação de todos os termos e condições que regem o processo eletrônico, admitindo como válida a assinatura eletrônica na modalidade cadastrada (login/senha), nos termos da Deliberação da Mesa nº 2.710/2019, tendo como consequência a responsabilidade pelo uso indevido das ações efetuadas, as quais serão passíveis de apuração civil, penal e administrativa.

3 - DAS PROPOSTAS

3.1 - Todos os envelopes das propostas técnicas e de preços deverão ser apresentados hermeticamente fechados, com documentos internos eletrônicos numerados e preferencialmente assinados digitalmente, 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, quando ocorrerá a sessão de recebimento e abertura dos envelopes "A" e "C", descritos a seguir. A entrega antecipada poderá ser realizada no horário de 8 às 17 horas, de segunda a sexta-feira.

3.2 - As propostas técnicas e de preços serão apresentadas em 4 (quatro) envelopes distintos, hermeticamente fechados, que serão assim designados:

Envelope “A” – Proposta Técnica/Plano de Comunicação (Via não identificada)

Envelope “B” – Proposta Técnica/Plano de Comunicação (Via identificada)

Envelope “C” – Proposta Técnica/Conjunto de Informações

Envelope “D” – Proposta de Preços

3.2.1 - O Envelope “A” não deverá conter qualquer tipo de identificação. Os demais envelopes, além de sua designação, deverão mencionar:

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

b) número desta Concorrência Pública;

c) número do Processo no Portal de Compras.

3.3 - A abertura dos envelopes “A” e “C” será processada publicamente, na mesma sessão citada no subitem **3.1**, ocasião em que os documentos serão inseridos no SEI-ALMG, após o que será lavrada ata dos trabalhos, a ser assinada pelos representantes das licitantes, previamente cadastrados nos termos do subitem **2.3.5**, 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, na forma do subitem **4.5**.

4 - ENVELOPE “A” – PROPOSTA TÉCNICA /PLANO DE COMUNICAÇÃO (Via não identificada)

4.1 - Esse envelope deverá conter mídia com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, em arquivo com extensão “.PDF”, elaborado com base no *briefing* (Anexo I), sendo que cada página deverá ter número máximo de 20 (vinte) linhas, fonte Times New Roman, corpo 12, espaçamento simples, tinta preta, formato A4, compreendendo os quesitos a seguir:

a) raciocínio básico, apresentado em um texto de, no máximo, 3 (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, elaborada em um texto de, no máximo, 3 (três) páginas, em que a licitante apresentará e defenderá o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação da ALMG;

c) ideia criativa, exposta em um texto em que a licitante limitar-se-á a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária e a defesa da ideia criativa, 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 *on* e *off* com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de concretização do raciocínio básico e da estratégia de comunicação publicitária proposta, e demonstrem sua harmonia com a redução da mensagem de que trata a alínea "c";

c.2) os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘c.1’, do subitem 4.1, estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

c.2.1) roteiro, *layout* ou *storyboard* para qualquer meio;

c.2.2.) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;

c.2.3) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet.

c.3) as peças gráficas poderão ser apresentadas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores;

c.4) na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução;

c.5) na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução, não podendo ser inseridas imagens em movimento;

c.6) o 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD, não regraváveis, executáveis em sistema operacional Windows;

c.7) nessas mídias de apresentação (CD, DVD, não regraváveis) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante;

c.8) os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação;

c.9) para facilitar a identificação pelos integrantes da Subcomissão Técnica, cada arquivo de peça constante na alínea 'c.2' do subitem **4.1** deste edital deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, *banner* internet);

c.10) para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

c.10.1) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

c.10.1.1) no item 4.1, alínea "d", estratégia de mídia e não mídia, as reduções e variações de formato não serão consideradas como novas peças, desde que estejam identificadas, nas planilhas de cada meio escolhido, como "adaptação", termo usado na Lista de Referência de Custos do SINAPRO-MG para identificar as reduções e variações de formato de uma mesma peça.

c.10.2) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c.10.3) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

c.10.4) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;

c.10.5) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;

c.10.6) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

c.11) na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere a alínea 'c.10.4', do subitem **4.1**, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

d) estratégia de mídia e não mídia, apresentada em um texto de, no máximo, 3 (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) propor e defender os meios e os recursos próprios de comunicação da ALMG a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

d.2) detalhar a estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

d.3) apresentar plano de distribuição das peças (plano de mídia), composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

d.4) simular os parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

d.5) todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea 'c.2' do subitem **4.1** deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta;

d.6) o plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

d.6.1) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

d.6.2) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

d.6.3) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d.6.4) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;

d.6.5) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;

d.6.6) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;

d.6.7) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.

d.6.8) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

d.7) nessa simulação:

d.7.1) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do edital;

d.7.2) é permitida a inclusão, na estratégia de mídia dessa simulação, de opções de mídia que não possuam valores expressos em tabelas de preço;

d.7.3) deverá ser desconsiderado o repasse do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d.7.4) os custos de criação e 15% (quinze por cento) relativos aos honorários de produção deverão ser contemplados nos custos finais da campanha, conforme valores cheios constantes da tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais - SINAPRO-MG -, vigente na data de publicação do edital.

4.1.1 - Caso o edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se referem as alíneas ‘d.7.1’ e 'd.7.4' do subitem **4.1** deverão ser os vigentes na data de publicação do último aviso de licitação.

4.1.2 - A apresentação do Plano de Comunicação Publicitária deverá seguir a seguinte formatação:

a) título:

- fonte Times New Roman, corpo 14, negrito;

- espaçamento simples entre linhas;

- alinhamento à esquerda.

b) subtítulo:

- fonte Times New Roman, corpo 12, negrito;

- espaçamento simples entre linhas;

- alinhamento à esquerda.

c) corpo do texto:

- número máximo de 20 (vinte) linhas em cada página;

- fonte Times New Roman, corpo 12, normal;

- espaçamento simples entre linhas;

- alinhamento geral justificado, com recuo de 1,25 (um vírgula vinte e cinco) cm na primeira linha de cada parágrafo;

- em cada página, a margem esquerda deverá ser de 3 (três) cm e a margem superior deverá ser de 5 (cinco) cm. A margem direita e a margem inferior deverão ser adequadas de forma que a página comporte o número de linhas determinado no subitem **4.1**;

- numeração da página sequencial, no canto inferior direito e com a mesma fonte utilizada no texto.

4.1.2.1 - A formatação de texto acima descrita visa estabelecer um critério de igualdade entre os concorrentes.

4.2 - No cálculo da distribuição dos custos para a produção e a veiculação da campanha, a licitante utilizará como referencial uma verba de R$3.500.000,00 (três milhões e quinhentos mil 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, dos meios 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 (Envelope "A" - 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.

4.4.1 - Serão admitidos os seguintes formatos de arquivos: PDF, JPG, PNG, MP3 (até 10 Mb) e MP4 (até 50 Mb).

4.5 - O envelope "A" será padronizado, fornecido pela Gerência de Compras da ALMG até 3 (três) dias úteis antes da data prevista no preâmbulo deste edital, e deverá ser retirado pelas licitantes na Rua Martim de Carvalho, 94, 5º andar, Bairro Santo Agostinho, Belo Horizonte/MG, das 8 às 17 horas, de segunda a sexta-feira.

4.5.1 - O envelope "A" será no formato A4, cor parda, tipo saco, com identificação da marca da ALMG, 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, o envelope "A" ou o Plano de Comunicação Publicitária, nos termos do art. 6º, XIV, da Lei 12.232/2010.

5 - ENVELOPE "B" – PROPOSTA TÉCNICA/PLANO DE COMUNICAÇÃO (Via Identificada)

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

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

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 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.

5.1.2 - O Plano de Comunicação Publicitária (via identificada), 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 assinado digitalmente por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente comprovados.

6 - ENVELOPE "C" – PROPOSTA TÉCNICA/CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

6.1 - O envelope "C" será providenciado pela licitante e poderá ser adequado ao seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações nele contidas. Deverá conter o seguinte conjunto de informações, apresentadas em mídia digital que não permita edição: capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação. O envelope deverá ser identificado com os seguintes dizeres:

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

PROPOSTA TÉCNICA (CONJUNTO DE INFORMAÇÕES)

(Capacidade de atendimento, repertório e relato de soluções de problemas de comunicação)

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

6.1.1 - O quesito "Capacidade de atendimento" compreenderá:

a) 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;

b) discriminação das informações de comunicação colocadas regularmente pela licitante à disposição da ALMG sem ônus adicional durante a execução do contrato;

c) 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 (em um número máximo de cinco, considerando os meios impressos, eletrônicos e/ou digitais) e suas respectivas memórias técnicas, nas quais incluir-se-á apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver;

b) ficha técnica, em cada peça, com a identificação da licitante e do anunciante, a data de produção e o período de veiculação;

c) vídeos fornecidos em DVD e *spots* e/ou *jingles* em CD, não regraváveis.

6.1.2.1 - 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 - No quesito "Relatos de soluções de problemas de comunicação", deverá ser apresentado 1 (um) *case* de cobertura estadual, inclusive com publicidade em mídias digitais, relatando, em no máximo 3 (três) páginas, com 20 (vinte) linhas em cada página, fonte Times New

Roman, corpo 12, espaçamento entre linhas simples, margem esquerda de 3 (três) cm e margem superior de 5 (cinco) cm, de forma que a página comporte o número de linhas acima especificado, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados e as soluções encontradas, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças de qualquer tipo.

6.1.3.1 - A formatação de texto acima descrita visa estabelecer um critério de igualdade entre os concorrentes.

7 - ENVELOPE "D" - 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 Nº 001/2020

PROPOSTA DE PREÇOS

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

7.2 - A proposta deverá ser assinada digitalmente e deverá ser formulada mediante o preenchimento do Anexo III - Proposta de Preços - deste edital ou mediante o preenchimento de documento próprio da licitante, desde que mantidos todos os dados do referido anexo.

7.3 - As licitantes deverão apresentar uma única proposta de preços.

7.4 - A proposta de preços deverá indicar:

7.4.1. Honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 60% (sessenta por cento) incidentes sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, na versão vigente na data de publicação deste edital, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

7.4.2. Honorários no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento. Essa hipótese aplica-se quando a responsabilidade sobre a produção e o acompanhamento for da ALMG.

7.4.3 Honorários no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo de 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

7.4.4. Honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de suprimentos externos, e serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, quando a responsabilidade sobre a produção, o acompanhamento e o faturamento for da licitante.

7.5. As propostas de preços das licitantes serão apresentadas e julgadas nos termos descritos nos itens 10.2 e 10.3.

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 técnicas e de preços apresentarão os documentos de habilitação exigidos neste edital.

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

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) e com a Fazenda Federal;

d) Certidão de regularidade com a Fazenda Estadual;

e) Certidão de regularidade trabalhista;

f) Certidão de regularidade com a Fazenda Municipal;

g) 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 8.666/1993, 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, a Fazenda Federal e o INSS, sempre que disponível, será aferida nos sites respectivos.

8.2.2.3 - A prova de regularidade com a Fazenda Federal e a Previdência Social deverá ser feita mediante a apresentação de certidão expedida conforme a Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 1.751, de 02/10/2014.

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 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 a proponente for declarado vencedora.

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 de complexidade compatível com os serviços objeto deste instrumento. Serão consideradas como campanhas de complexidade compatível aquelas cujas peças tenham sido veiculadas, simultaneamente, em rádio, televisão, jornal de abrangência estadual e internet;

b) 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 - A 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 Feitos sobre Falência expedida pelo distribuidor da sede da licitante, com antecedência máxima de 45 (quarenta e cinco) dias da data prevista para o início da sessão pública da Concorrência;

b) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao último exercício social comprovando índices de Liquidez Geral – LG –, Liquidez Corrente – LC –, e Solvência Geral – SG –, conforme fórmulas abaixo:
Liquidez Geral (LG) = (Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) /(Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo) > 1,00;

Liquidez Corrente (LC) = Ativo Circulante/ Passivo Circulante > 1,00;

Solvência Geral (SG) = Ativo Total/(Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo) > 1,00.

c) comprovação de patrimônio líquido não inferior a R$ 1.750.000,00 (um milhão, setecentos e cinquenta mil reais), correspondente a 5% (cinco por cento) do valor estimado da contratação, por meio da apresentação do balanço patrimonial e das demonstrações contábeis do último exercício social apresentados na forma da lei, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de três meses da data da apresentação da proposta.

8.2.4.1 - Somente serão aceitos balanços gerados por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – Sped – acompanhados do recibo de entrega emitido pelo Sped, ou por outra forma admitida em lei.

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, com certificado digital emitido por entidade credenciada pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileiras – ICP-Brasil.

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 , bem como as demais empresas dispensadas da utilização do Sistema Público de Escrituração Digital – Sped –, deverão apresentar os demonstrativos contábeis exigidos na forma do subitem 8.2.4, devidamente assinados por contabilista legalmente habilitado e pelo representante legal e acompanhados do termo de autenticação emitido pela Junta Comercial, referente ao registro dos referidos documentos, ou outra forma admitida em lei, bem como prova de seu enquadramento como microempresa ou empresa de pequeno porte registrada na Junta Comercial.

8.2.4.5 - Os balanços patrimoniais e as demais demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, deverão comprovar a boa situação financeira da licitante, 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.

8.3 - 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 na Região Metropolitana de Belo Horizonte, responsabilizando-se pela veracidade dessa informação.

8.3.1 - A licitante deverá comprovar que possui estrutura de atendimento compatível com o volume e as características dos serviços a serem prestados à ALMG.

8.4 - A 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 em formato digital, em mídia contida em envelope hermeticamente fechado, não se aceitando a apresentação de protocolo em substituição a documento solicitado.

8.5.1 - A ALMG poderá solicitar a apresentação da via original dos documentos de habilitação para que sejam autenticados quando da sua inserção no SEI-ALMG.

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

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

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

c) em nome da filial, se a 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 Feitos sobre Falência, 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 a INABILITAÇÃO da licitante.

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

8.10 - A apresentação da proposta por parte da 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 Nº 001/2020

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

9 - CRITÉRIOS DE ABERTURA DE ENVELOPES E JULGAMENTO

9.1 - Os envelopes com as propostas técnicas e de preços, conforme item **3.2**, serão entregues à Comissão Permanente de Licitação até a data e o horário previstos no preâmbulo deste edital, quando ocorrerá a sessão de recebimento e abertura dos Envelopes "A" e "C".

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 a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

9.1.3 - Os documentos contidos nos Envelopes “A” 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”, os documentos serão autuados no processo do SEI-ALMG, na presença dos representantes, e seus números de identificação constarão na ata lavrada, a ser assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes presentes, devidamente cadastrados como usuários externos, nos termos do subitem 2.3.5.

9.1.3.1.1 - Antes da autuação dos documentos no SEI-ALMG, mediante informação de nome completo e endereço de *e-mail*, será concedida vista dos autos do processo a todos os interessados, que poderão acompanhar, em tempo real, a inclusão dos documentos.

9.1.3.1.1.1 - O acompanhamento em tempo real será concedido por meio de envio de *e-mail* aos interessados, que conterá *link* para consulta ao processo. Recomenda-se que os interessados portem *smartphone*, *tablet*, *notebook* ou outro equipamento com acesso à internet para consultar os documentos do processo.

9.1.3.2 - Após assinatura da ata prevista no subitem 9.1.3.1, os autos do processo serão encaminhados 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, na forma do subitem 9.1.3.1.1, durante a respectiva inclusão dos documentos no SEI-ALMG.

9.2.1 - O conteúdo dos Envelopes "C" será incluído em processo relacionado ao processo original no SEI-ALMG, restrito à Unidade Licitações, e somente será disponibilizado à Subcomissão Técnica após o julgamento dos conteúdos dos Envelopes "A".

9.3 - O julgamento das propostas técnicas contidas nos Envelopes “A” será feito por Subcomissão Técnica constituída nos termos do art. 10, § 1º, da Lei 12.232/2010, que não poderá participar da sessão pública de recebimento dos Envelopes “A”, “B”, “C” e “D” e abertura dos Envelopes “A” e “C”.

9.3.1 - A Comissão Permanente de Licitação encaminhará os autos do processo à Subcomissão Técnica, que efetuará o julgamento dos conteúdos dos Envelopes “A” e “C”, separadamente, observado o disposto no subitem 9.2.1. Serão elaboradas duas atas relativas (I) ao julgamento do conteúdo dos Envelopes “A” e (II) ao julgamento do conteúdo dos Envelopes “C” e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

9.4 - A Subcomissão Técnica efetuará o julgamento dos conteúdos dos Envelopes “A” e “C” 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 – grau 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 à 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 a escuta 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 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) 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, 6 (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, 3 (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, 2 (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, 4 (quatro) pontos para cada item especificado no subitem 9.4.2.1;

9.5.2.2 - repertório – 9 (nove) pontos, sendo, no máximo, 3 (três) pontos para cada item especificado no subitem 9.4.2.2;

9.5.2.3 - relatos de soluções de problemas de comunicação – 9 (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 2 (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. A ata 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 técnica e preço.

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, com respectiva autuação do conteúdo no processo do SEI-ALMG e permissão de acompanhamento em tempo real aos interessados, nos termos do subitem 9.1.3.1.1;

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 instrumento;

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 instrumento, 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 da proponente antes da abertura do Envelope “A” – Plano de Comunicação Publicitária.

9.10 - 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 das propostas de preços.

10 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS E DA CLASSIFICAÇÃO FINAL

10.1 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência dele, 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. A nota da proposta de preços está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada conforme a seguinte tabela:

Subitem	Valores percentuais de honorários permitidos	Pontos obtidos
7.4.1	De 10% a 60%	P1 = 48 - (0,8 x valor percentual de honorários proposto)
7.4.2	De 5% a 10%	P2 = 40 - (4,0 x valor percentual de honorários proposto)
7.4.3	De 5% a 10%	P3 = 40 - (4,0 x valor percentual de honorários proposto)
7.4.4	De 10% a 15%	P4 = 60 - (4,0 x valor percentual de honorários proposto)

(*) O item 7.4.1 foi valorado em 40% (quarenta por cento) da nota total final, ao passo que os outros três itens têm, cada um, peso de 20% (vinte por cento) da nota total final.

10.3. A pontuação de cada proposta de preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 10.2, como segue: P = P1 + P2 + P3 + P4.

10.3.1. Com base na análise dos fatores indicados, a Comissão fará a classificação das propostas de preços, a partir da maior pontuação, seguida das demais, em ordem decrescente, desclassificando aquelas que não atingirem a pontuação mínima exigida das licitantes nesta etapa, que é de 50 (cinquenta) pontos, o equivalente a 50% (cinquenta por cento) do total de pontos possíveis.

10.4 - Será também desclassificada a proposta de preços que:

a) não atender às exigências deste instrumento 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.

10.5 - 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. As notas das propostas técnicas terão peso 9 (nove) e as notas das propostas de preços terão peso 1 (um), sendo classificadas as licitantes segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

NMP = [9 x (NPT) + 1 x (NPP)] / 10

NMP = Nota média ponderada final

NPT = Nota da proposta técnica

NPP = Nota da proposta de preços

10.8 - 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.

10.9 - 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.

10.10 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência dele, 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.

10.10.1 - No local, data e hora estabelecidos, e em sessão pública, a Comissão Permanente de Licitação receberá os envelopes de habilitação e abrirá o da licitante primeira classificada, para análise e decisão de sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação de regência e no presente edital.

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

10.10.3 - Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão avaliados os documentos de habilitação das demais classificadas, obedecida a ordem de classificação, até encontrar uma habilitada e esta será proclamada a vencedora da Licitação.

10.10.4 - Publicado o resultado e aberto o prazo recursal, respeitada toda a tramitação prevista no subitem 10.10, o procedimento será homologado e o objeto adjudicado à licitante vencedora, conforme estabelecido no art. 11, inc. XIV, da Lei nº 12.232/2010.

10.11 - 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 instrumento, para todos os efeitos.

11.2 - A **CONTRATANTE** poderá ampliar ou reduzir quantitativamente o objeto, 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 deste instrumento deve ser executado diretamente pela **CONTRATADA**, não podendo ser subempreitado, cedido ou sublocado, exceto 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 pela **CONTRATANTE** 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 **CONTRATANTE** de 3 (três) orçamentos obtidos entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

11.3.2.1 - A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado ou realizará cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

11.3.2.2 - Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

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 da **CONTRATANTE**, 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, até 20 (vinte) dias após a assinatura do 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, § 1º, da Lei nº 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 - A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará, no mínimo, o pagamento para cobertura de:

I - prejuízos advindos do não cumprimento do contrato;

II - multas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA** previstas no item **11.13** e seus subitens, e na Deliberação da Mesa da Assembleia nº 2.598, de 2014;

III - prejuízos diretos causados à **CONTRATANTE** decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato.

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

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 **CONTRATANTE**, a liberação da referida caução, que será corrigida pelos mesmos índices do reajuste do contrato.

11.4.2 - A **CONTRATANTE** reterá do pagamento da nota fiscal ou da fatura de prestação de serviços o equivalente a 5% (cinco por cento) do valor anual do contrato para a formação de reserva financeira a título de caução, em caso de atraso na apresentação da garantia a que se refere o subitem 11.4.1.2 superior a trinta dias contados do início da vigência do contrato, ou rejeição da garantia apresentada por descumprimento dos requisitos previstos no subitem **11.4.1.2**.

11.4.2.1 - A retenção de que trata o subitem **11.4.2** será realizada em parcela única ou, mediante opção da **CONTRATADA**, em até cinco parcelas mensais, assegurando-se que o valor a ser garantido esteja plenamente integralizado durante a vigência do contrato.

11.4.2.2 - Na hipótese do parcelamento a que se refere o subitem **11.4.2.1**, a retenção incidirá, em parcelas mensais, a partir do pagamento da primeira nota fiscal ou fatura de prestação de serviço emitida pela **CONTRATADA** após o atraso ou a rejeição da garantia a que se refere o subitem **11.4.2.**

11.4.2.3 - A **CONTRATADA** poderá substituir a retenção efetuada com base no subitem **11.4.2** por qualquer uma das demais modalidades de garantia.

11.4.3 - A retenção efetuada com base no subitem **11.4.2** não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira à **CONTRATADA** e será considerada garantia contratual na modalidade caução em dinheiro.

11.4.3.1 - A restituição do saldo não utilizado da caução a que se refere o subitem **11.4.2** dar-se-á no prazo de sessenta dias do término do contrato e será atualizada monetariamente pela variação acumulada no período do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA –, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

11.4.4 - O número do contrato garantido e/ou assegurado deverá constar nos instrumentos de garantia ou seguro a serem apresentados pelo garantidor e/ou segurador.

11.5 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

11.5.1 - A **CONTRATADA** cederá à **CONTRATANTE**, total e definitivamente, todos os direitos patrimoniais de uso das ideias, incluídos os estudos, as análises e os planos, as peças, as campanhas e os 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 o término da vigência do contrato.

11.5.2 - 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 2 (dois) orçamentos para a execução dos serviços, sendo um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **CONTRATANTE** escolha uma das opções.

11.5.2.1 - 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.

11.5.2.2 - 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:

11.5.2.2.1 - 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, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e os demais trabalhos assemelhados;

11.5.2.2.2 - 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.

11.5.3 - 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 submetidas à aprovação da **CONTRATANTE**.

11.5.3.1 - A **CONTRATADA** deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos artigos 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

11.5.3.2 - 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 IPCA/IBGE, desde que decorrido pelo menos 1 (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.

11.5.3.3 - A **CONTRATADA** deverá envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

11.5.3.4 - Caso solicitado pela **CONTRATANTE**, fica a **CONTRATADA** obrigada a solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 2 (dois) orçamentos para a execução dos serviços, sendo um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **CONTRATANTE** escolha uma das opções.

11.5.4 - 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.

11.5.5 - Compete à **CONTRATADA** responder pela correção e pela 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.

11.5.5.1 - A **CONTRATANTE** rejeitará, no todo ou em parte, o serviço ou o fornecimento executado em desacordo com este instrumento.

11.5.6 - O plano de mídia e os 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**.

11.5.6.1 - Os serviços técnicos da **CONTRATADA** cujos preços não estiverem 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, na versão vigente na data de publicação deste edital.

11.5.7 - A **CONTRATADA** só poderá divulgar as informações acerca da prestação dos serviços objeto deste instrumento, caso envolvam o nome da **CONTRATANTE**, se houver expressa autorização desta.

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

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

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

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

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

11.5.10 - A **CONTRATADA** e suas equipes submeter-se-ão às condições fixadas pela **CONTRATANTE** quanto ao comportamento, à discrição e à 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.

11.5.11 - Todo o equipamento e o material de segurança necessários à execução do objeto serão de responsabilidade da **CONTRATADA**, que deverá fiscalizar o uso adequado e o correto cumprimento das normas e medidas de segurança.

11.5.12 - 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 **CONTRATANTE** ou causados a terceiros, por ato ou fato, comissivos ou omissivos, da **CONTRATADA** ou de seus prepostos.

11.5.12.1 - A **CONTRATADA** deverá se responsabilizar por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.

11.5.13 - Em caso de ocorrência dos prejuízos e danos previstos no subitem 11.5.12, a **CONTRATANTE** 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.

11.5.14 - A **CONTRATADA** enviará relatório semanalmente para a **CONTRATANTE**, em extensão ".xlsx", com informações atualizadas referentes à execução do contrato, contendo os campos descritos no Anexo II.

11.5.14.1 - 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 29/4/2010.

11.5.14.2 - Após efetuado o pagamento pela **CONTRATANTE**, conforme subitens **11.11.1** e **11.11.2**, a **CONTRATADA** terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para efetivar o pagamento de todos os fornecedores e veículos de divulgação constantes no processo administrativo.

11.5.14.3 - A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo se houver expressa concordância da **CONTRATANTE**.

11.5.14.4 - A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

11.5.15 - A **CONTRATADA** deverá, durante o período mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

11.5.15.1 - A **CONTRATADA** deverá encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga.

11.5.16 - Na execução dos serviços, obriga-se a **CONTRATADA** a manter, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

11.5.17 - A **CONTRATADA** deverá prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a primeira, independentemente de solicitação da segunda.

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 **CONTRATANTE**, se previamente os identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

11.6.2 - Conforme descrito no subitem 1.1 do objeto, 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 **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.

11.6.3.1 - 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.

11.6.3.2 - A concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação pela **CONTRATADA**, bem como 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.

11.7 - DO LOCAL E DO PRAZO DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

11.7.1 - A prestação dos serviços e a entrega dos produtos terão como referência a Gerência de Publicidade e Comunicação Visual - GPCV -, na Rua Martim de Carvalho, 94, 8º andar, Bairro Santo Agostinho, Belo Horizonte/MG, CEP 30.190-090.

11.7.2 - Os prazos de prestações dos serviços e entrega dos produtos serão negociados entre as partes.

11.8 - DA VIGÊNCIA DO CONTRATO E DO CRITÉRIO DE REAJUSTE

11.8.1 - O prazo de duração do contrato será de 12 (doze) meses, contados da data da assinatura, inclusive, prorrogável na forma da lei.

11.8.2 - Havendo prorrogação, o valor anual do contrato poderá sofrer reajuste calculado pela variação acumulada do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA –, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE –, apurada nos doze meses imediatamente anteriores à data de vigência de cada reajuste.

11.9 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11.9.1 - As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta 1011.01.031.729.4239.0001.3.3.90 (10.1) da dotação orçamentária.

11.10 - DOS PREÇOS

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

11.10.1.1 - 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" das normas-padrão do CENP, na versão vigente na data de publicação deste edital;

11.10.1.1.1 - para fins da definição do percentual de desconto previsto no Anexo B das normas-padrão do CENP a que se refere o subitem anterior, na versão vigente na data de publicação deste edital, será considerado, desde o primeiro faturamento, o percentual correspondente ao enquadramento do montante global do contrato;

11.10.1.1.2 - por honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 60% (sessenta por cento) incidentes sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, na versão vigente na data de publicação deste edital, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela **CONTRATADA**;

11.10.1.1.3 - por honorários no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo a 10% (dez por cento), conforme estabelecido no item 3.6.2 das normas-padrão do CENP, na versão indicada no art. 7º do Decreto Federal 57.690/1966 (com a redação dada pelo Decreto Federal 4.563/2002), incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver

qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento. Essa hipótese aplica-se quando a responsabilidade sobre a produção e o acompanhamento for da **CONTRATANTE**;

11.10.1.1.4 - por honorários no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo a 10 % (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

11.10.1.1.5 - por honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo a 15 % (quinze por cento), incidente sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material, conforme estabelecido no art. 14 da Lei nº 12.232/2010, quando a responsabilidade sobre a produção, o acompanhamento e o faturamento for da **CONTRATADA**.

11.11 - DA LIQUIDAÇÃO DA DESPESA E DO PAGAMENTO

11.11.1 - A liquidação da despesa será realizada pela área gestora do contrato, por meio da aceitação formal do objeto, desde que cumpridas as exigências contratuais e mediante a apresentação das notas fiscais/faturas e Certidão Negativa de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União (CND).

11.11.2 - O pagamento será mensal, em duas parcelas, mediante processo administrativo. A **CONTRATADA** apresentará as notas fiscais/faturas dos serviços efetivamente prestados à DCI 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 2.598/2014.

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

11.11.3 - 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 **CONTRATANTE**; Estimativa de Custo (EC) ou Ordem de Compra (OC); comprovante de execução da peça e, no mínimo, 3 (três) orçamentos, quando se tratar de atividade complementar;

b) no caso de contratação de mídia: nota fiscal de serviços da agência, em primeira via, e Nota Fiscal de Serviços de Comunicação - NFSC - dos veículos de comunicação, em primeira via, em nome da **CONTRATANTE**, acompanhadas da Autorização de Publicação - AP -, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos Pedidos de Inserção - PI - correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, a cargo de sociedade empresária independente, sempre que possível.

11.11.4 - O pagamento do desconto padrão e/ou dos honorários devidos à **CONTRATADA**, nos termos dos subitens **11.10.1.1.1**, **11.10.1.1.3** e **11.10.1.1.4 e 11.10.1.1.5**, fica condicionado à comprovação, dentro do prazo previsto no subitem **11.5.14.2**, da quitação das faturas de fornecedores e/ou veículos de comunicação cujo valor tenha sido repassado pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**.

11.11.5 - A **CONTRATADA** expressamente autoriza que o pagamento do valor devido ao fornecedor ou ao veículo de comunicação, em decorrência da emissão das notas fiscais respectivas previstas nas alíneas "**a**" e "**b**" do subitem **11.11.3**, seja feito por transferência bancária diretamente da **CONTRATANTE** ao fornecedor ou ao veículo de comunicação, cabendo à **CONTRATADA** informar à **CONTRATANTE** os dados bancários para que tal transferência seja efetivada. Caso a **CONTRATANTE** utilize essa prerrogativa de transferência direta, fica sem efeito a obrigação contida no subitem **11.5.14.2**.

11.11.6 - A **CONTRATANTE** considerará cancelada a nota fiscal/fatura relativa à compra de espaço para a veiculação de publicidade que for recebida na DCI após 180 (cento e oitenta) dias da emissão da respectiva Autorização de Publicação - AP - pela **CONTRATADA**.

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

11.11.8 - Nos preços a serem praticados no contrato deverão estar incluídas todas as despesas relacionadas direta ou indiretamente com o cumprimento dos serviços, tais como salários, 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.

11.11.9 - Os *layouts*, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

11.11.10 - Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

11.12 - DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

11.12.1 - A **CONTRATANTE** promoverá fiscalização da execução do contrato, por meio de sua Diretoria de Comunicação Institucional - DCI -, que deverá manter contato permanente com a **CONTRATADA** ou seu representante 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.

11.12.2 - A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, recusar os serviços no todo ou em parte, sempre que não atenderem ao estipulado no contrato ou aos padrões técnicos e normas pertinentes.

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

11.12.4 - À equipe fiscal da **CONTRATANTE** compete, dentre 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 instrumento, ficando as correções às custas da **CONTRATADA**;

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

d) acertar com a **CONTRATADA** as alterações nas sequências dos trabalhos que forem julgadas convenientes ou necessárias.

11.13 - DAS MULTAS E DEMAIS SANÇÕES

11.13.1 - Pela inexecução total ou parcial do contrato, poderá a **CONTRATANTE** aplicar as sanções previstas na legislação pertinente, especialmente o art. 87 da Lei nº 8.666/1993 e as disposições da Deliberação da Mesa nº 2.598, de 2014, independentemente de procedimento judicial.

11.13.2 - Garantida a ampla defesa, a licitante ficará impedida de licitar e contratar com o Estado e será descredenciado do Cadastro Geral de Fornecedores do Estado de Minas Gerais, pelo prazo de até 5 (cinco) anos, sem prejuízo da rescisão unilateral do contrato e da aplicação de multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor da contratação, na hipótese de incorrer nas seguintes práticas:

a) apresentação de documentação falsa;

b) cometimento de fraude à execução do contrato;

c) comportamento inidôneo, em prática de atos como os descritos no parágrafo único do art. 92 e nos arts. 96 e 97 da Lei Federal 8.666/1993;

d) cometimento de fraude fiscal;

e) emissão de declaração falsa.

11.13.2.1 - Na mesma penalidade do "caput" do subitem 11.13.2 incide a licitante que deixar de entregar a documentação exigida para o certame, de acordo com o disposto no § 5º, art. 101 da Deliberação 2.598/2014.

11.13.3 - Sem prejuízo do disposto nos subitens 11.13.1 e 11.13.2, são estabelecidas as seguintes penalidades a que fica sujeita a CONTRATADA, garantida a ampla defesa:

I - No caso de atraso injustificado na entrega dos produtos ou na execução da prestação do serviço:

a) advertência por escrito;

b) multa de mora de até 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) sobre o valor do contrato por dia de atraso, até o limite de trinta dias corridos, após o qual será caracterizada a inexecução total do contrato, sem prejuízo da possibilidade de aplicação das multas compensatórias em caso de inexecução parcial ou total injustificada previstas nos incisos II e III;

II - No caso de inexecução parcial injustificada da prestação do serviço, caracterizada pela não realização dos serviços definidos no contrato por cinco dias úteis seguidos ou por quinze dias úteis intercalados em cada período de vigência contratual, ou de inexecução parcial injustificada na entrega dos produtos:

a) advertência por escrito;

b) multa compensatória de até 0,5% (zero vírgula cinco por cento) por dia sobre o valor do contrato, até o limite de 15% (quinze por cento);

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a administração por prazo não superior a dois anos;

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a administração pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que haja a sua reabilitação, a qual será realizada sempre que o contratado ressarcir a administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea "c" deste inciso;

III - No caso de inexecução total injustificada da prestação do serviço, caracterizada após decorridos trinta dias corridos, consecutivos ou não, durante cada período de vigência contratual, ou de inexecução total no caso de contratação de bens:

a) advertência por escrito;

b) multa compensatória de até 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato;

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a administração por prazo não superior a dois anos;

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a administração pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que haja a sua reabilitação, a qual será realizada sempre que o contratado ressarcir a administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea "c" deste inciso.

11.13.4 - 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. 101, da Deliberação da Mesa da ALMG

nº 2.598, de 2014, ficando a **CONTRATADA** obrigada a recolher a importância da multa devida no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da data da comunicação oficial, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

11.13.5 - As penalidades previstas neste instrumento serão aplicadas de acordo com a Deliberação da Mesa da ALMG nº 2.598, de 2014.

11.14 - DO FORO

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

12 - DOS RECURSOS

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

a) julgamento das propostas técnicas e de preços;

b) anulação ou revogação da licitação;

c) habilitação ou inabilitação da licitante.

12.2 - 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.

12.3 - 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. 25, IV, "a", da Deliberação da Mesa 2.598, de 2014.

13 - DA IMPUGNAÇÃO DO ATO CONVOCATÓRIO

13.1 - 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. 25, VIII, da Deliberação da Mesa nº 2.598, de 2014.

13.2 - No prazo de até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura dos envelopes, qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos, providências e impugnar o ato convocatório desta Concorrência.

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

14 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

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

14.2 - Os prazos mencionados neste instrumento, 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.

14.2.1 - Para efeito de aplicação do previsto no subitem 14.2, 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**.

14.3 - A licitante vencedora terá o prazo de 5 (cinco) dias, contados da intimação, para assinar o instrumento oriundo deste procedimento licitatório.

14.3.1 - 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 nº 8.666/1993, sem prejuízo da adoção de sanções legais cabíveis no que respeita à primeira classificada.

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

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

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

14.7 - Para informações complementares de natureza técnica, os interessados deverão entrar em contato com os servidores Luísa de Marilac Luna, telefone (31) 2108-7801, *e-mail* luna@almg.gov.br; Rogério de Senna, telefone (31) 2108-7928, *e-mail* rogerio.senna@almg.gov.br; Marcelo Cardoso Rodrigues Machado, telefone (31) 2108-7935, *e-mail* marcelo.cardoso@almg.gov.br.

14.8 - Este edital encontra-se à disposição dos interessados nos sites www.compras.mg.gov.br e www.almg.gov.br.

14.9 - Os membros da Comissão Permanente de Licitação encontram-se à disposição para esclarecer dúvidas ou prestar informações complementares pelo *e-mail* licitacao@almg.gov.br. A Comissão Permanente de Licitação não se responsabilizará por *e-mail*s que, por qualquer motivo, não forem recebidos em virtude de problemas no servidor ou navegador, tanto da ALMG quanto do emissor.

14.10 - Constituem parte integrante deste edital os anexos: I – Projeto Básico (Briefing); II – Descrição do Relatório Semanal, III – Proposta de Preços, IV – Memória de Cálculo das Fórmulas da Proposta de Preços e V – Minuta de Contrato.

Membros Efetivos da Comissão Permanente de Licitação: Larissa Alves Cabral (Presidente), Suellen Christine Sernizon Gonçalves Esteves, Sueli Barbosa de Abreu, Gil Flávio Naves Lima e Jacqueline Cobucci.

Membros Suplentes da Comissão Permanente de Licitação: Priscilla Guedes Castilho da Silva, Blenda Ribeiro Netto Miranda, Luciana Carvalho Pacheco e Luiza Cristina de Almeida.

ANEXO I

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 176/2020

PROJETO BÁSICO (*BRIEFING*)

Em abril de 2018, a Assembleia Legislativa de Minas Gerais deu um passo definitivo para realizar sua visão de futuro, que é ser reconhecida como o poder do cidadão na construção de uma sociedade melhor. Esse passo foi o lançamento da ferramenta digital **Reuniões Interativas**.

Esse aplicativo permite a qualquer cidadão acompanhar e participar diretamente de audiências e debates públicos, realizados na ALMG, enviando perguntas aos deputados e convidados envolvidos no debate, e ainda interagir com outros cidadãos, como num chat.

Além da transparência, do acesso à informação e da participação direta no processo de debate, esse instrumento possibilitou inclusive uma diminuição dos gastos com deslocamentos para a realização de audiências públicas no interior do estado. É uma solução de baixo custo para usar a tecnologia a serviço da democracia, já que permite aos cidadãos de todas as regiões e municípios do estado participarem ativamente no debate das questões do seu interesse, ampliando assim também as oportunidades de participação.

Desde então, foram realizadas **491 reuniões interativas**. Nesse período foram registradas **2.907 perguntas** e **11.374 comentários no chat**.

Considerando que:

- hoje no Brasil temos 122,7 milhões de pessoas conectadas, sendo que o sudeste concentra 49,6% desse total;*
- houve um aumento de 16% no consumo mobile, em relação a 2019;*
- o maior volume de acesso e consumo se deu nos adultos acima de 45 anos;*
- a situação de isolamento levou a um crescimento acentuado no acesso a redes sociais em todas as faixas etárias;*
- o acesso a conteúdos sobre instituições governamentais teve um aumento de 44%, em 2020;*
- os aplicativos são responsáveis por 90% do tempo de consumo no mobile;*
- que o debate de posições políticas vêm se consagrando como campo fértil para as mídias digitais e com alto nível de engajamento;
- que a necessidade de se manifestar sobre sua posição política e defender suas posições fez do cidadão um importante *player* nesse processo, usando as redes sociais para potencializar suas intenções e tentar convencer o maior número de seguidores possível;
- que nas eleições de 2018, de um total de 15.695.210 eleitores em Minas Gerais, foram apurados 10.119.142 votos válidos e, desses, 5.002.484 votos elegeram os 77 deputados estaduais que integram a 19ª legislatura, com início em fevereiro de 2019. Ou seja, 64% dos eleitores mineiros foram às urnas para registrar sua crença no legislativo e no modelo democrático de escolha dos seus representantes;**
- **que a Assembleia Legislativa de Minas Gerais, em 2019, concentra metade dos votos válidos apurados no estado**;
- que a participação politica não se encerra no voto, cabendo aos cidadãos acompanhar o trabalho do seu representante;
- que a ALMG cria e aprimora permanentemente recursos para viabilizar a participação da sociedade;

(* Fonte: Comscore: Perspectivas do Cenário Digital – 1º semestre de 2020)

(** Fonte: TRE-MG)

acreditamos que há uma parcela considerável dos mineiros que ainda não conhece a ferramenta digital **Reuniões Interativas** e nem o potencial da sua utilização para alinhar a atuação parlamentar com as demandas da sociedade, que é um dos campos de expectativa dos cidadãos em relação à instituição, expresso na Política de Comunicação da ALMG.

O que queremos comunicar?

Queremos comunicar que:

• a ALMG criou um canal de interação direta do cidadão com os parlamentares chamado de **Reuniões Interativas**;

• esse canal permite que o cidadão acompanhe e esclareça qualquer dúvida sobre as decisões tomadas pelo seu representante, durante as audiências públicas, podendo até influenciar essas decisões com suas perguntas e comentários;

• isso pode ser feito acessando o portal da ALMG, mobile ou desktop, de qualquer lugar do mundo, pelo celular, tablet ou computador;

• esse aplicativo permite que o engajamento do cidadão, demonstrado nas últimas campanhas eleitorais, permaneça no acompanhamento do exercício do mandato parlamentar;

• essa interação estimula o alinhamento entre as expectativas da sociedade e a atuação dos parlamentares;

• a Assembleia Legislativa é o poder e a voz do cidadão na construção de uma sociedade melhor.

A quem se destina essa mensagem?

A mensagem se destina aos públicos relacionados no mapeamento constante na Política de Comunicação da ALMG.

Desafio:

Estimular os cidadãos a participar, no contexto de uma cultura que questiona a confiança na política e suas instituições, procurando mostrar que a política responde a importantes questões que dizem respeito ao destino comum e à vida social.

O que se espera da proposta

Nesse sentido, a Assembleia Legislativa espera receber de cada licitante uma proposta de campanha de comunicação publicitária que dê visibilidade e promova a utilização da ferramenta digital **Reuniões Interativas**. A campanha proposta deve ser criada preferencialmente para o meio digital, mas com desdobramentos para utilização na mídia *off*.

A campanha deve ter como objetivo de comunicação secundário:

• Informar que a ALMG constantemente procura ampliar as possibilidades de participação, disponibilizando outros canais em meio digital, os quais o cidadão pode conhecer e acessar por meio do Portal da Assembleia.

• Declarar a vocação do Legislativo como o lugar natural para o debate das questões de interesse dos mineiros.

• Fortalecer o papel do Legislativo como legítimo mediador no debate das questões de interesse do cidadão, haja vista que as diferenças expressas pelos diversos segmentos sociais estão nele representadas.

• Valorizar a oportunidade para estabelecermos um diálogo permanente com a população, haja vista a necessidade natural das pessoas de se manifestarem e de serem ouvidas e o nível atual de engajamento dos cidadãos na política. Nesse contexto as pessoas tendem a reagir ao "call to action".

• Considerar os campos de expectativa e todos os atributos expressos na Política de Comunicação da ALMG.

Linguagem atual próxima do estilo coloquial

De acordo com recente pesquisa realizada pela ALMG, o perfil médio do cidadão mineiro é o seguinte: idade média de 42 anos, com ensino médio e renda mensal de até 2 salários-mínimos. Portanto, deve-se evitar o padrão de linguagem elitista.

Devemos ainda evitar o estilo de texto vulgarmente conhecido como "chapa branca", optando por linguagens que busquem mais envolvimento do público.

Do ponto de vista da comunicação pública é fundamental a redução de assimetrias, ou seja, quanto mais acessível for a linguagem, de fácil entendimento e próxima do estilo coloquial, mais chances da mensagem ser bem compreendida pelo conjunto dos cidadãos mineiros.

Entretanto, devemos evitar expressões chulas, de baixo calão ou de qualquer natureza discriminatória, ofensiva ou que cause qualquer tipo de constrangimento aos públicos aos quais a mensagem se destina.

A Assembleia Legislativa é uma instituição centenária e a tradição aqui é um valor. Entretanto, não estamos atrelados ao passado. A instituição olha para o passado, reconhecendo seu valor e sua identidade, e projeta sua visão de futuro, trabalhando por uma sociedade melhor. O Parlamento acompanha a dinâmica da sociedade por ser uma das mais porosas instituições do sistema democrático. Portanto, a ALMG deve ser entendida como uma instituição em sintonia com seu tempo e, por isso, a linguagem da campanha também deve estar.

Programação visual

A paleta de cores institucionais da ALMG está no nosso **Manual de Utilização da Marca**, cujo *link* encontra-se na página final desse *briefing*.

Com exceção do vermelho constante da paleta de cores institucionais, deve-se evitar nas peças que irão corporificar a idéia criativa o destaque para combinações de cores presentes na programação visual de partidos políticos.

Importante considerar ainda o contexto político, econômico e social na criação e na definição da estratégia da campanha:

- Forte comoção social devido ao estado de pandemia.
- Grande impacto do isolamento social na economia e na vida do cidadão em geral.
- Parlamento pluripartidário, com o surgimento de novas siglas.
- Intenção de uso da publicidade preferencialmente nos casos de utilidade pública e voltadas para a legitimidade do interesse público.
- Crise fiscal do estado equacionada, mas não resolvida.
- Baixa possibilidade de solução do quadro a curto prazo.

Recomendamos fortemente a consulta aos conteúdos constantes no *links* de referência abaixo:

- Notícias sobre o app "Reuniões Interativas"

https://www.almg.gov.br/acompanhe/noticias/arquivos/2018/04/10_release_lancamento_oficial_reunioes_interativas.html

https://www.almg.gov.br/acompanhe/noticias/arquivos/2018/05/07_reunioes_interativas_balanco.html

http://www.jfpnoticias.com.br/ferramenta-reunioes-interativas-entra-em-fase-de-testes-na-almg/

- Política de Comunicação da ALMG

https://www.almg.gov.br/politicacomunicacao

- Manual de Utilização da Marca
https://www.almg.gov.br/manualmarca

- Portal da Assembleia

https://www.almg.gov.br/home/index.html

- Direcionamento estratégico da ALMG

https://www.almg.gov.br/a_assembleia/direcionamento_estrategico/mapa_estrategico.html

ANEXO II

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 176/2020

DESCRIÇÃO DO RELATÓRIO SEMANAL

Os campos das colunas do relatório semanal deverão conter as informações abaixo, conforme as descrições:

AP/OC: Definição da natureza da autorização: mídia; Autorização de Publicação - AP -; produção; custo interno ou Ordem de Compra - OC.

Nº AP/OC: Número da autorização.

Data da AP/OC: Data do envio da autorização para a agência.

Nº do PI: Número do Pedido de Inserção.

Mês de veiculação

Praça: Cidade do veículo.

Meio/tipo: O meio ao qual o veículo pertence.

Fornecedor: Nome de fantasia do veículo/fornecedor.

Razão social do veículo

Nome da campanha/evento: A qual campanha/evento da ALMG a AP/OC se refere.

Produto/formato: Produto/espaço comprado nesse fornecedor.

Valor líquido

Valor bruto

Valor bruto com desconto

Data de envio AP/OC: Data da autorização da agência para o veículo.

Nº NF: Número da nota fiscal do fornecedor.

Data da emissão da nota fiscal (NF)

Data de recebimento da NF pela agência

Nº da fatura: Número da nota fiscal da agência.

Data do envio da fatura para a ALMG: Data do envio da nota fiscal e do processo de pagamento para ALMG.

Data de pagamento da ALMG p/ agência: Data em que a ALMG efetuou o pagamento para a agência.

Data de pagamento da ALMG p/ fornecedor: Data em que a ALMG efetuou o pagamento para o fornecedor.

Forma de pagamento: Forma pela qual a agência efetuou o pagamento para o fornecedor.

Observações: Campo para se inserirem informações adicionais relevantes.

ANEXO III

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 176/2020

PROPOSTA DE PREÇOS

Assunto: Processo de Licitação n.º: ..... Data: __/__/____

Objeto: Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tem por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, inclusive digitais, com o intuito de difundir ideias e informar o público em geral.

Prezados Senhores:

Após tomarmos conhecimento de todos os documentos deste edital de licitação, submetemos à apreciação da ALMG a nossa proposta de n.º..... Certificamos que todos os documentos foram examinados e que assumimos total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões na preparação desta proposta. Confirmamos a disponibilidade de equipamentos e equipe técnica necessária à execução dos serviços.

Honorários	Valor dos Honorários em (%)	
7.4.1	Percentual de honorários incidente sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, na versão vigente na data de publicação deste edital, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.	____% (por extenso)
7.4.2	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento. Essa hipótese aplica-se quando a responsabilidade sobre a produção e o acompanhamento for da CONTRATANTE	____% (por extenso)
7.4.3	Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias	___% (por extenso)
7.4.4	Percentual de honorários incidente sobre os preços de suprimentos externos, e serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, quando a responsabilidade sobre a produção, o acompanhamento e o faturamento for da CONTRATADA	____% (por extenso)

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

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

Declaramos:

- aceitar integralmente as regras desta Concorrência, bem como a legislação a que ela está subordinada;

- não adotar relação trabalhista caracterizando trabalho forçado ou análogo a trabalho escravo, para fins do disposto nas Leis n º 9.777, de 30/12/1998, nº 10.803, de 11/12/2003 e Lei Complementar nº 75, de 20/05/1993;

- conhecer o volume de serviços a serem executados, bem como possuir equipe técnica qualificada que atenda à perfeita prestação dos serviços objeto desta contratação.

As condições apresentadas nesta proposta serão mantidas por um período de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

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

NOME COMPLETO: .....

CARGO/QUALIFICAÇÃO: .....

CPF OU IDENTIDADE:.....

Assinatura do representante legal da licitante (devidamente qualificado)

Razão Social:

CNPJ:

Endereço:

CEP:

Telefone:

ANEXO IV

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 176/2020

MEMÓRIA DE CÁLCULO DAS FÓRMULAS DA PROPOSTA DE PREÇOS

Todas as fórmulas apresentadas na tabela do item 10.2 tratam-se de equações de 1º grau. Portanto, segue abaixo a estrutura matemática de equações de 1º grau:

$$y = ax + b$$

sendo que:

"a" indicará a inclinação da reta; e

"b" indicará em que ponto o eixo "y" será cortado quando "x" foi igual a "0".

Considerando as informações acima, segue a explicação de como se chegou a cada uma das fórmulas:

Subitem	Valores percentuais de honorários permitidos	Pontos obtidos	Total de pontos possível
7.4.1	De 10% a 60%	P1 = 48 - (0,8 x valor percentual de honorários proposto)	40 pontos
7.4.2	De 5% a 10%	P2 = 40 - (4,0 x valor percentual de honorários proposto)	20 pontos
7.4.3	De 5% a 10%	P3 = 40 - (4,0 x valor percentual de honorários proposto)	20 pontos
7.4.4	De 10% a 15%	P4 = 60 - (4,0 x valor percentual de honorários proposto)	20 pontos

Para todos os casos, consideraremos que:

x = percentual

y = pontos

<u>Subitem 7.4.1</u>

Foi dado que:

se $x = 10 \rightarrow y = 40$

se $x = 60 \rightarrow y = 0$

Para calcular a equação (reta) que corresponde a essas variáveis, basta fazer as seguintes substituições:

$$40 = 10a + b$$

$$0 = 60a + b$$

$b = 40 - 10\,a$

Assim:

0 =60a +40 -10a → 50 a = -40 → a = -40/50 → a = - 0,8

Se b= 40 – 10 a → b = 40 – [10* (-0,8)] → b = 40 - (-8) → b = 48

Ao se substituir a estrutura matemática de equação de 1º grau

y = ax + b

temos que y = -0,8x + 48

Dessa forma, o 48 da fórmula P1 = 48 - (0,8 x valor percentual de honorários proposto) equivale ao "b", o que significa que, quando "x" (o percentual) for igual a "0", o "y" (os pontos) será igual a 48.

Entretanto, como no contexto da licitação não há a possibilidade de o percentual ser "0", não teremos a pontuação 48.

<u>Subitens 7.4.2 e 7.4.3</u>

Foi dado que:

se x = 5 → y = 20

se x = 10 → y = 0

Para calcular a equação (reta) que corresponde a essas variáveis, basta fazer as seguintes substituições:

20 = 5a +b
0 = 10a +b

b = 20 – 5 a

Assim:

0 =10a +20 -5a → 5 a = -20 → a = -20/5 → a = - 4

Se b= 20 – 5a → b = 20 – [5* (-4)] → b = 20 - (-20) → b = 40

Ao se substituir a estrutura matemática de equação de 1º grau

y = ax + b

temos que y = -4x + 40

Dessa forma, o 40 da fórmula P2 = 40 - (4,0 x valor percentual de honorários proposto) equivale ao "b", o que significa que, quando "x" (o percentual) for igual a "0", o "y" (os pontos) será igual a 40.

Entretanto, como no contexto da licitação não há a possibilidade de o percentual ser "0", não teremos a pontuação 40.

<u>Subitem 7.4.4</u>

Foi dado que:

se x = 10 → y = 20

se x = 15 → y = 0

Para calcular a equação (reta) que corresponde a essas variáveis, basta fazer as seguintes substituições:

20 = 10a +b
0 = 15a +b

b = 20 – 10 a

Assim:

0 =15a +20 -10a → 5 a = -20 → a = -20/5 → a = - 4

Se b= 20 – 10 a → b = 20 – [10* (-4)] → b = 20 - (-40) → b = 60

Ao se substituir a estrutura matemática de equação de 1º grau

y = ax + b

temos que y = -4x + 60

Dessa forma, o 60 da fórmula P4 = 60 - (4,0 x valor percentual de honorários proposto) equivale ao "b", o que significa que, quando "x" (o percentual) for igual a "0", o "y" (os pontos) será igual a 60.

Entretanto, como no contexto da licitação não há a possibilidade de o percentual ser "0", não teremos a pontuação 60.

ANEXO V

CONCORRÊNCIA Nº 001/2020

Nº DO PROCESSO NO PORTAL DE COMPRAS: 1011014 176/2020

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATANTE: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais.

CONTRATADA:

OBJETO: serviços de publicidade.

PREÇO:

VIGÊNCIA: 12 (doze) meses, contados da data da assinatura, inclusive, prorrogável na forma da lei.

LICITAÇÃO: Concorrência nº 1/2020.

DIRETORIA RESPONSÁVEL: Diretoria de Comunicação Institucional (DCI).

Entre a **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS**, com sede na Rua Rodrigues Caldas, n.º 30, Belo Horizonte (MG), CNPJ n.º 17.516.113/0001-47, adiante designada **CONTRATANTE**, representada pelo seu Presidente, Deputado Agostinho Célio Andrade Patrus, e pelo seu Primeiro-Secretário, Deputado Luiz Tadeu Martins Leite, e a empresa …, CNPJ n.º …, com sede em ..., adiante designada **CONTRATADA**, neste ato representada nos termos de seu contrato social, tendo em vista o resultado do Concorrência nº 1/2020 e o PAE/119/2020, da Procuradoria-Geral da **CONTRATANTE**, sob o regime das Leis Federais nº**s** 8.666/1993, 12.232/2010 e 4.680/1965; do Decreto Federal nº 57.690/1966; da Lei Estadual nº 13.994/2001; da Deliberação da Mesa Diretora da ALMG nº 2.598/2014 e demais normas aplicáveis, fica contratado o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 - O objeto deste contrato é a prestação, por parte da **CONTRATADA**, de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tem por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, inclusive digitais, com o intuito de difundir ideias e informar o público em geral.

1.1.1 - O objeto deste contrato inclui, como atividades complementares:

I - o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios de divulgação, inclusive digitais, pelos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias, ou sobre os resultados das campanhas realizadas, sendo que estas pesquisas e avaliações terão as finalidades específicas de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação, bem como possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, vedada qualquer aplicação para fins eleitorais ou veiculação de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade;

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

III - a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias (entre as quais a *internet* e seus subprodutos), visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, observado o seguinte:

a) a criação e a produção de conteúdos e de campanhas de publicidade em mídias digitais previstas acima devem ser executadas em consonância com as orientações da Mesa Diretora e da Diretoria de Comunicação Institucional (DCI) da **CONTRATANTE**, alinhadas com o monitoramento diário de postagens e da redação de respostas aos usuários e a produção de relatórios, que deverão conter a classificação das menções na *internet*;

b) o monitoramento e a produção de relatórios terão as finalidades específicas de aferir a estratégia de publicidade em mídias digitais e de possibilitar a mensuração dos resultados das ações em mídias sociais, realizadas em decorrência da execução do contrato, em todo o ambiente digital, além dos canais próprios da **CONTRATANTE**.

1.1.2 - O planejamento e as pesquisas previstos no inciso I da subcláusula **1.1.1** objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off line*) como digitais (*on line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.2 - A contratação dos serviços elencados na subcláusula **1.1** tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

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

1.4 - A especificação do objeto completa-se com o conteúdo do *briefing* (Anexo I do edital da Concorrência 1/2020), que contém informação, instrução e orientação para os interessados e é parte integrante do presente contrato.

1.5 - O público-alvo dos serviços 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 das entidades.

1.6 - A **CONTRATADA** atuará por conta e ordem da **CONTRATANTE**, em conformidade como art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965 e o § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010, na contratação de:

I - fornecedores de serviços de produção, especializados ou não, necessários para a execução técnica de peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos previstos na subcláusula **1.1**;

II - veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia, que pode ser convencional, alternativa, digital ou *on line*.

1.7 - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente aprovadas pela **CONTRATANTE** poderão fornecer à **CONTRATADA** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato.

1.8 - É vedado incluir quaisquer outros serviços não previstos acima, em especial os de promoção, de patrocínio, de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, ou os que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.9 - Não se incluem no conceito de patrocínio, mencionado na subcláusula **1.8**, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

1.10 - A **CONTRATANTE** poderá ampliar ou reduzir quantitativamente o objeto deste contrato, respeitada a limitação prevista em lei, caso em que a **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar a alteração, com reajustamento de preço correspondente e proporcional, observado o equilíbrio econômico-financeiro originário do contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO REGIME DE EXECUÇÃO

2.1 - O objeto deste contrato deve ser executado diretamente pela **CONTRATADA**, não podendo ser subempreitado, cedido ou sublocado, exceto quanto ao fornecimento de bens e serviços especializados relacionados com as atividades complementares indicadas na subcláusula **1.1**, conforme art. 14 da Lei 12.232/2010.

2.2 - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela **CONTRATANTE** poderão fornecer à **CONTRATADA** bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares apontadas na subcláusula **1.1**.

2.3 - O fornecimento de bens ou serviços especializados, na conformidade do previsto na subcláusula **2.2**, exigirá sempre a apresentação, pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**, de 3 (três) orçamentos obtidos entre fornecedores que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

2.3.1 - A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados, em relação aos do mercado, ou realizará cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

2.3.2 - Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

2.3.3 - No caso da subcláusula **2.3**, a **CONTRATADA** procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da **CONTRATANTE**, 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 Federal nº 8.666/1993.

2.3.4 - No caso de 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 8.666/1993, fica dispensado o procedimento previsto na subcláusula **2.3.3**.

3 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

3.1 - A **CONTRATADA** cederá à **CONTRATANTE**, total e definitivamente, todos os direitos patrimoniais de uso das ideias, incluídos os estudos, as análises e os planos, as peças, as campanhas e os 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 o término da vigência do contrato.

3.2 - 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, 2 (dois) orçamentos para a execução dos serviços, sendo um de cessão de direitos por tempo limitado, e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **CONTRATANTE** escolha uma das opções.

3.2.1 - 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.

3.2.2 - 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:

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

II - 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.

3.3 - Nos serviços que demandem a contratação de atores e modelos, a **CONTRATADA** obriga-se a apresentar pelo menos 3 (três) opções, com os respectivos valores de cachês, neles incluídos os direitos de uso de imagem e som de voz, que deverão ser submetidas à aprovação da **CONTRATANTE**.

3.3.1 - A **CONTRATADA** deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

3.3.2 - 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 Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), desde que decorrido pelo menos 1 (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.

3.3.3 - A **CONTRATADA** deverá envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

3.3.4 - Caso solicitado pelo **CONTRATANTE**, fica a **CONTRATADA** obrigada a solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 2 (dois) orçamentos para a execução dos serviços, sendo um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **CONTRATANTE** escolha uma das opções.

3.4 - 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.

3.5 - Compete à **CONTRATADA** responder pela correção e pela 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.

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

3.7 - O plano de mídia e os 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**.

3.8 - Os serviços técnicos da **CONTRATADA** cujos preços não estiverem 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, na versão vigente na data de publicação do edital da Concorrência 1/2020, ao qual se acha vinculado este contrato.

3.9 - A **CONTRATADA** só poderá divulgar as informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, caso envolvam o nome da **CONTRATANTE**, se houver expressa autorização desta.

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

3.11 - Os profissionais indicados na proposta técnica, 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**.

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

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

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

3.13 - A **CONTRATADA** e suas equipes submeter-se-ão às condições fixadas pela **CONTRATANTE** quanto ao comportamento, à discrição e à 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.

3.14 - Todo o equipamento e o material de segurança, necessários à execução do objeto, serão de responsabilidade da **CONTRATADA**, que deverá fiscalizar o uso adequado e o correto cumprimento das normas e medidas de segurança.

3.15 - A **CONTRATADA** enviará relatório, semanalmente, para a **CONTRATANTE**, em extensão ".xlsx", com informações atualizadas referentes à execução do contrato, contendo os campos descritos no Anexo II do edital da Concorrência 1/2020.

3.15.1 - 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 12.232/2010.

3.15.2 - Após efetuado o pagamento pela **CONTRATANTE**, conforme subcláusulas **11.1**, **11.2** e **11.3**, a **CONTRATADA** terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para efetivar o pagamento de todos os fornecedores e veículos de divulgação constantes no processo administrativo.

3.15.3 - A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo se houver expressa concordância da **CONTRATANTE**.

3.15.4 - A autorização, pela **CONTRATANTE**, dos planos de mídia e dos serviços executados pela **CONTRATADA** ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados, não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

3.16 - A **CONTRATADA** deverá, durante o período mínimo de 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

3.17 - A **CONTRATADA** deverá encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga.

3.18 - Na execução dos serviços, obriga-se a **CONTRATADA** a manter, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na Concorrência 1/2020, que originou este contrato.

3.19 - A **CONTRATADA** deverá prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação da **CONTRATANTE**.

4 - DA DISTRIBUIÇÃO DA PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

4.1 - A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação por conta e por ordem da **CONTRATANTE** se previamente identificá-los e tiver sido expressamente autorizada pela **CONTRATANTE**.

4.2 - Conforme descrito na subcláusula **1.1**, cabe à **CONTRATADA** intermediar e supervisionar a execução externa do serviço de distribuição de publicidade aos veículos de comunicação.

4.3 - 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.

4.3.1 - 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.

4.3.2 - A concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação pela **CONTRATADA**, bem como 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 na subcláusula **4.3.1**.

5 - DO LOCAL E DO PRAZO DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1 - A prestação dos serviços e a entrega dos produtos terão como referência a Gerência de Publicidade e Comunicação Visual (GPCV) da **CONTRATANTE**, na Rua Martim de Carvalho, 94, 8º andar, Bairro Santo Agostinho, Belo Horizonte (MG), CEP 30.190-090.

5.2 - Os prazos de prestação dos serviços e entrega dos produtos serão negociados entre as partes.

6 - DAS RESPONSABILIDADES

6.1 - 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 **CONTRATANTE** ou causados a terceiros, por ato ou fato, comissivo ou omissivo, da **CONTRATADA** ou de seus prepostos.

6.2 - A **CONTRATADA** será responsável por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.

6.3 - Em caso de ocorrência dos prejuízos e danos previstos na subcláusula **6.2**, a **CONTRATANTE** 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.

7 - DA GARANTIA CONTRATUAL

7.1 - Para a fiel execução das obrigações assumidas, até 20 (vinte) dias após a 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, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

7.2 - A garantia prevista na subcláusula **7.1** será liberada quando da execução integral do contrato.

7.3 - A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará, no mínimo, o pagamento para cobertura de:

I - prejuízos advindos do não cumprimento do contrato;

II - multas aplicadas pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**, previstas na cláusula 9 deste contrato e na Deliberação da Mesa nº 2.598/2014;

III - prejuízos diretos causados à **CONTRATANTE** decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato.

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

7.5 - Em caso de opção pela modalidade "caução em dinheiro", 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 pelos mesmos índices de reajuste do contrato.

7.6 - A **CONTRATANTE** reterá, do pagamento da nota fiscal ou da fatura de prestação de serviços, o equivalente a 5% (cinco por cento) do valor anual do contrato, para a formação de reserva financeira a título de caução, em caso de atraso, na apresentação da garantia a que se refere a subcláusula **7.3**, superior a trinta dias contados do início da vigência do contrato, ou rejeição da garantia apresentada por descumprimento dos requisitos previstos na subcláusula **7.3**.

7.6.1 - A retenção de que trata a subcláusula **7.6** será realizada em parcela única ou, mediante opção da **CONTRATADA**, em até cinco parcelas mensais, assegurando-se que o valor a ser garantido esteja plenamente integralizado durante a vigência do contrato.

7.6.2 - Na hipótese do parcelamento a que se refere a subcláusula **7.6.1**, a retenção incidirá, em parcelas mensais, a partir do pagamento da primeira nota fiscal ou fatura de prestação de serviço emitida pela **CONTRATADA** após o atraso ou a rejeição da garantia a que se refere a subcláusula **7.6**.

7.6.3 - A **CONTRATADA** poderá substituir a retenção, efetuada com base na subcláusula **7.6**, por qualquer uma das demais modalidades de garantia.

7.6.4 - A retenção efetuada com base na subcláusula **7.6** não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira à **CONTRATADA** e será considerada garantia contratual na modalidade caução em dinheiro.

7.7 - A restituição do saldo não utilizado da caução, a que se refere a subcláusula **7.6**, dar-se-á no prazo de sessenta dias do término do contrato e será atualizada monetariamente pela variação acumulada no período do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

7.8 - O número do contrato garantido e/ou assegurado deverá constar nos instrumentos de garantia ou seguro a serem apresentados pelo garantidor e/ou segurador.

8 - DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

8.1 - A **CONTRATANTE** promoverá fiscalização da execução do contrato, por meio de sua Diretoria de Comunicação Institucional (DCI), que deverá manter contato permanente com a **CONTRATADA** ou seu representante 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.

8.2 - A **CONTRATANTE** poderá, a qualquer tempo, recusar os serviços no todo ou em parte, sempre que não atenderem ao estipulado no contrato ou aos padrões técnicos e normas pertinentes.

8.3 - 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.

8.4 - À equipe fiscal da **CONTRATANTE** compete, entre outras providências:

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

II - recusar qualquer serviço que apresente incorreções, ou não atenda às especificações contidas neste contrato, ficando as correções às custas da **CONTRATADA**;

III - decidir acerca das questões que se apresentarem durante a execução dos serviços;

IV - acertar com a **CONTRATADA** as alterações nas sequências dos trabalhos que forem julgadas convenientes ou necessárias.

9 - DAS MULTAS E DEMAIS SANÇÕES

9.1 - Pela inexecução total ou parcial do contrato, poderá a **CONTRATANTE** aplicar as sanções previstas na legislação pertinente, especialmente o art. 87 da Lei 8.666/1993 e as disposições da Deliberação da Mesa 2.598/2014, independentemente de procedimento judicial.

9.2 - Garantida a ampla defesa, a **CONTRATADA** ficará impedida de licitar e contratar com o Estado e será descredenciado do Cadastro Geral de Fornecedores do Estado de Minas Gerais, pelo prazo de até 5 (cinco) anos, sem prejuízo da rescisão unilateral do contrato e da aplicação de multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor da contratação, na hipótese de incorrer nas seguintes práticas:

I - apresentação de documentação falsa;

II - cometimento de fraude à execução do contrato;

III - comportamento inidôneo, em prática de atos como os descritos no parágrafo único do art. 92 e nos arts. 96 e 97 da Lei Federal 8.666/1993;

IV - cometimento de fraude fiscal;

V - emissão de declaração falsa.

9.3 - Sem prejuízo do disposto nas subcláusulas **9.1** e **9.2**, são estabelecidas as seguintes penalidades, a que fica sujeita a **CONTRATADA**, garantida a ampla defesa:

I - no caso de atraso injustificado na entrega dos produtos ou na execução da prestação do serviço:

a) advertência por escrito;

b) multa de mora de até 0,33% (trinta e três centésimos por cento) sobre o valor do contrato por dia de atraso, até o limite de trinta dias corridos, após o qual será caracterizada a inexecução total do contrato, sem prejuízo da possibilidade de aplicação das multas compensatórias em caso de inexecução parcial ou total injustificada, previstas nos incisos II e III;

II - no caso de inexecução parcial injustificada da prestação do serviço, caracterizada pela não realização dos serviços definidos no contrato por cinco dias úteis seguidos ou por quinze dias úteis intercalados, em cada período de vigência contratual, ou de inexecução parcial injustificada na entrega dos produtos:

a) advertência por escrito;

b) multa compensatória de até 0,5% (meio por cento) por dia sobre o valor do contrato, até o limite de 15% (quinze por cento);

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a administração, por prazo não superior a dois anos;

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a administração pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que haja a sua reabilitação, que será realizada sempre que o contratado ressarcir a administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea "c" deste inciso;

III - no caso de inexecução total injustificada da prestação do serviço, caracterizada após decorridos trinta dias corridos, consecutivos ou não, durante cada período de vigência contratual, ou de inexecução total no caso de contratação de bens:

a) advertência por escrito;

b) multa compensatória de até 20% (vinte por cento) sobre o valor do contrato;

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a administração por prazo não superior a dois anos;

d) declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a administração pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que haja a sua reabilitação, que será realizada sempre que o contratado ressarcir a administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea "c" deste inciso.

9.4 - O valor das multas previstas acima será descontado do pagamento de faturas eventualmente devidas 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.101 da Deliberação da Mesa 2.598/2014, ficando a **CONTRATADA** obrigada a recolher a importância da multa devida no prazo de 10 (dez) dias úteis, contados da data da comunicação oficial, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

9.5 - As penalidades previstas neste contrato serão aplicadas de acordo com a Deliberação da Mesa 2.598/2014.

10 - DOS PREÇOS

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

I - 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") das Normas-Padrão do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), na versão vigente na data de publicação do edital da Concorrência 1/2020, ao qual se acha vinculado este contrato, sendo que, para fins da definição do percentual de desconto previsto nesse Anexo B, será considerado, desde o primeiro faturamento, o percentual correspondente ao enquadramento do montante global do contrato;

II - por honorários, no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 60%(sessenta por cento), incidentes sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, na versão vigente na data de publicação do edital da Concorrência 1/2020, ao qual se acha vinculado este contrato, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela **CONTRATADA**;

III - por honorários, no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo a 10% (dez por cento), conforme estabelecido no item 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP, na versão indicada no art. 7º do Decreto Federal 57.690/1966 (com a redação dada pelo Decreto Federal 4.563/2002), incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sendo que essa hipótese aplica-se quando a responsabilidade sobre a produção e o acompanhamento for da **CONTRATANTE**;

IV - por honorários, no percentual mínimo de 5% (cinco por cento) e máximo a 10 % (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

V - por honorários, no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo a 15 %(quinze por cento), incidente sobre os preços de suprimentos externos e serviços especializados, prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material, conforme estabelecido no art. 14 da Lei 12.232/2010, quando a responsabilidade sobre a produção, o acompanhamento e o faturamento for da **CONTRATADA**.

11 - DA LIQUIDAÇÃO DA DESPESA E DO PAGAMENTO

11.1 - A liquidação da despesa será realizada pela área gestora do contrato, por meio da aceitação formal do objeto, desde que cumpridas as exigências contratuais e mediante a apresentação das notas fiscais/faturas e Certidão Negativa de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União (CND).

11.2 - O pagamento será mensal, em duas parcelas, mediante processo administrativo. A **CONTRATADA** apresentará as notas fiscais/faturas dos serviços efetivamente prestados à DCI, até o 5º (quinto) e o 15º (décimo quinto) 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 2.598/2014.

11.3 - Em caráter extraordinário, a critério da **CONTRATANTE**, o encaminhamento dos processos para pagamento poderá ser efetuado em maior número de parcelas mensais dos que as estabelecidas na subcláusula **11.2**.

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

I - 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 (EC) ou ordem de compra (OC); comprovante de execução da peça e, no mínimo, 3 (três) orçamentos, quando se tratar de atividade complementar;

II - no caso de contratação de mídia: nota fiscal de serviços da agência, em primeira via, e nota fiscal de serviços de comunicação (NFSC) dos veículos de comunicação, em primeira via, em nome da **CONTRATANTE**, acompanhadas da autorização de publicação (AP), de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção (PI) correspondentes, bem como do relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

11.5 - O pagamento do desconto padrão e/ou dos honorários devidos à **CONTRATADA**, nos termos das subcláusula **10.1**, incisos I, III, IV e V, fica condicionado à comprovação, dentro do prazo previsto na subcláusula **3.15.2**, da quitação das faturas de fornecedores e/ou veículos de comunicação cujo valor tenha sido repassado pela **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**

.

11.6 - A **CONTRATADA** autoriza que o valor devido ao fornecedor ou ao veículo de comunicação, em decorrência da emissão das notas fiscais respectivas, previstas na subcláusula **11.4**, seja feito por transferência bancária diretamente da **CONTRATANTE** ao fornecedor ou ao veículo de comunicação, cabendo à **CONTRATADA** informar à **CONTRATANTE** os dados bancários para que tal transferência seja efetivada. Caso a **CONTRATANTE** utilize essa prerrogativa de transferência direta, fica sem efeito a obrigação contida na subcláusula **3.15.2**.

11.7 - A **CONTRATANTE** considerará cancelada a nota fiscal/fatura relativa à compra de espaço para a veiculação de publicidade que for recebida na DCI após 180 (cento e oitenta) dias da emissão da respectiva autorização de publicação (AP) pela **CONTRATADA**.

11.8 - A **CONTRATANTE** não efetuará pagamento antecipado.

11.9 - Nos preços a serem praticados no contrato deverão estar incluídas todas as despesas relacionadas, direta ou indiretamente, com o cumprimento dos serviços, tais como salários, 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.

11.10 - Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

.

11.11 - Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da **CONTRATADA**, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados, por ela contratados, são de sua exclusiva responsabilidade.

12 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

12.1 - As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta 1011.01.031.729.4239.0001.3.3.90 (10.1) da dotação orçamentária.

13 - DA VIGÊNCIA E DO CRITÉRIO DE REAJUSTE

13.1 - O prazo de duração deste contrato será de 12 (doze) meses, contados da data da assinatura, inclusive, prorrogável na forma da lei.

13.2 - Havendo prorrogação deste contrato, o seu valor anual poderá sofrer reajuste, calculado pela variação acumulada do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apurada nos doze meses imediatamente anteriores à data de vigência de cada reajuste.

14 - DA RESCISÃO CONTRATUAL

14.1 - O presente contrato poderá ser rescindido, unilateralmente, pela **CONTRATANTE,** independentemente de processo judicial, tanto por inadimplência da **CONTRATADA** como por interesse público, nas hipóteses previstas na legislação pertinente, com as consequências descritas nos respectivos diplomas legais, sem prejuízo, quando for o caso, da apuração das responsabilidades administrativa, civil e criminal, bem como da aplicação de outras sanções cabíveis.

14.2 - As partes **CONTRATANTES** poderão promover a rescisão amigável do contrato, mediante termo próprio de distrato.

15 - DO FORO

15.1 - O foro da comarca de Belo Horizonte é o competente para dirimir os conflitos relativos a este contrato.

16 - ANEXOS

16.1 - Constituem parte integrante deste contrato o edital da Concorrência nº 1/2020 e seus anexos, e a proposta da **CONTRATADA**.

17 - DISPOSIÇÃO FINAL

17.1 - Se, após a data de publicação do edital da Concorrência 1/2020, ocorrerem alterações no Código de Autorregulamentação Publicitária, ou nas Normas-Padrão do CENP, ou na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, ou na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, essas alterações não serão aplicadas a este contrato, salvo se houver concordância expressa da **CONTRATANTE**.

As partes firmam o presente contrato, em duas vias, perante duas testemunhas.

Belo Horizonte, de de 2021.

Deputado Agostinho Célio Andrade Patrus

Presidente - ALMG

Deputado Luiz Tadeu Martins Leite

Primeiro-Secretário - ALMG

CONTRATADA

TESTEMUNHAS: 1) CPF:

2) CPF:

Documento assinado eletronicamente por **Cristiano Felix dos Santos Silva**, **Diretor-Geral**, em 23/02/2021, às 16:46, conforme Deliberação nº 2.710, de 2019.

A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.almg.gov.br/documento_conferir informando o código verificador **0013554** e o código CRC **C7D7745D**.