



CONCORRÊNCIA GP Nº 92002/2026

Processo nº 01-004.805/26-52

- **OBJETO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.**
- **TIPO: TÉCNICA E PREÇO.**
- **REGIME DE EXECUÇÃO: EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL.**
- **DATA PARA ENTREGA DOS INVÓLUCROS 1 A 4 EXIGIDOS NESTE EDITAL: 01/06/2026 DE 14:00 ÀS 15:00 HORAS**
- **DATA DE ABERTURA DA SESSÃO PÚBLICA DE ENTREGA: Após o recebimento dos invólucros de 1 a 4**
- **ENTREGA DO INVÓLUCRO 5 EXIGIDO NESTE EDITAL: CONVOCAÇÃO PARA APRESENTAÇÃO POR MEIO DE PUBLICAÇÃO NO DIÁRIO OFICIAL**
- **LOCAL: AV. AFONSO PENA, 1212 – AUDITÓRIO JK, BAIRRO CENTRO, BELO HORIZONTE/MG.**
- **FONE: (31) 3277-4311**
- **REFERÊNCIA DE TEMPO: HORÁRIO DE BRASÍLIA.**

RECIBO

A empresa (nome da Empresa) retirou este Edital e deseja ser informada de qualquer alteração pelo e-mail _____.

_____ de _____ de _____

(Nome legível)

OBS.: ESTE RECIBO DEVERÁ SER REMETIDO À DIRETORIA DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E FINANÇAS, DO GABINETE DO PREFEITO, PELO EMAIL comissaoespecialdelicitacao.publicidade2026@pbh.gov.br PARA EVENTUAIS COMUNICAÇÕES AOS INTERESSADOS, QUANDO NECESSÁRIO.

O Gabinete do Prefeito não se responsabiliza por comunicações não repassadas aos licitantes.



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	03
2. DO OBJETO	03
3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO	04
4. DO CREDENCIAMENTO	05
5. DA ENTREGA E APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS DE PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA DE PREÇOS E DE DOCUMENTAÇÃO E DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA	06
6. DA ABERTURA DOS INVÓLUCROS, DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS	12
7. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N.º 5	14
8. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA	17
9. DO PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS – JULGAMENTO FINAL	23
10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS	23
11. DA PROPOSTA DE PREÇOS	28
12. DA DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS	28
13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS	29
14. DA CLASSIFICAÇÃO FINAL	30
15. DA APURAÇÃO DOS VENCEDORES	31
16. DA ADJUDICAÇÃO DO OBJETO DA CONCORRÊNCIA	31
17. DO DIREITO DE PETIÇÃO	31
18. DISPOSIÇÕES GERAIS	33
19. ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA	39
20. ANEXO II - MODELO DE PROCURAÇÃO	40
21. ANEXO III- MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS E DE QUE NÃO EMPREGA MENOR	41
22. ANEXO IV- DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA	42
23. ANEXO V- PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO	43
24. ANEXO VI- MODELO DE DECLARAÇÃO DE BENEFICIÁRIO DA LEI COMPLEMENTAR 123/2006	44
25. ANEXO VII - MINUTA DE CONTRATO	46
26. ANEXO VIII – INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES	75

1. INTRODUÇÃO

1.1. A Comissão Especial de Licitação, designada pelo Chefe de Gabinete do Prefeito do Município de Belo Horizonte, conforme Portaria nº 007/2026, publicada no Diário Oficial do Município, em 26/02/2026 fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do Tipo **Técnica e Preço**, sob regime de execução indireta, empreitada por preço global, conforme a Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e aplicação complementar da Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, da Lei Federal 4.680, de 18 de junho de 1965, e seu Decreto Federal 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, e alterações, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP e incorporadas ao Sistema Legal por força do Decreto Federal 4.563, de 31 de dezembro de 2002, do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, incorporado ao Sistema Legal por força da Lei 4.680/65, bem como a Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, a Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte, a Lei Municipal 9.011, de 1º de janeiro de 2005 e suas alterações, os Decretos Municipais nº 10.710, de 28 de junho de 2001 e suas alterações e nº 11.245, de 23 de janeiro de 2003, nº 18.096 de 20 de setembro de 2022, demais normas pertinentes, mediante as condições estabelecidas e integrantes do presente Edital e seus ANEXOS.

1.2. A cópia deste Edital estará disponível na internet, no site www.pbh.gov.br (link Licitações). Mais informações poderão ser obtidas pelo telefone (31) 3277-4311 pelo e-mail: comissaoespecialdelicitacao.publicidade2026@pbh.gov.br no horário de 09:00 às 17:00h.

2. DO OBJETO

2.1. Constitui objeto desta concorrência a contratação de empresa especializada para a prestação de serviços de publicidade à Administração Direta do Município de Belo Horizonte, às autarquias e fundações, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO



3.1. Poderão participar da presente licitação empresas especializadas no ramo, legalmente estabelecidas no País, desde que atendam todas as exigências deste Edital e seus anexos, satisfaçam os requisitos do art. 3º da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e legislação complementar e tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010.

3.2. Estarão impedidos de participar de qualquer fase do procedimento os interessados que se enquadrem em quaisquer das situações a seguir:

- a) estejam constituídos sob forma de consórcio;
- b) estejam cumprindo a penalidade de suspensão temporária imposta pelo Município;
- c) tenham sido declarados inidôneos ou impedidos de licitar e contratar em qualquer esfera de Governo;
- d) estejam sob falência, sob concurso de credores, em dissolução ou liquidação, cisão, fusão ou incorporação;
- e) estejam em recuperação judicial ou extrajudicial, salvo as empresas que comprovarem que o plano de recuperação foi homologado pelo juízo competente;
- f) estrangeiras que não funcionem no País;
- g) cujo(s) sócio(s), dirigente(s), gerente(s) ou componente(s) de seu quadro técnico, seus respectivos cônjuges ou companheiros sejam servidores ou empregados municipais, ou que o tenham sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data desta Licitação, ou sejam titulares de mandato eletivo;
- h) estejam descumprindo o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição da República Federativa do Brasil;
- i) demais hipóteses proibidas pela legislação vigente.

3.3. A observância das vedações do subitem 3.2 é de inteira responsabilidade da LICITANTE que, pelo descumprimento, estará sujeita às penalidades cabíveis.

3.4. Nenhum LICITANTE poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

3.5. A participação na presente Concorrência implica para o licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Especial de Licitação todas as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições

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

O LICITANTE assume todos os custos de preparação e apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas exigidos nesta Concorrência, ressaltando-se que o Município de Belo Horizonte não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

4. DO CREDENCIAMENTO

4.1. O credenciamento será realizado na primeira sessão de recepção e abertura das propostas.

4.2. Qualquer declaração ou manifestação a ser feita nesta licitação será efetuada pelo representante legal da empresa ou seu representante constituído por procuração.

4.3. Quando a representação for exercida pelo representante legal da empresa, na forma dos seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabeleça a prova de representação da empresa, na qual conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente; em ambos os casos, autenticada em cartório ou ainda cópia simples acompanhada do original para autenticação por servidor do órgão licitante.

4.3.1. Caso o preposto do LICITANTE não seja seu representante estatutário ou legal, a representação será exercida por procuração, na forma do ANEXO II, que deverá ser apresentada à Comissão Especial de Licitação, no ato de abertura dos invólucros ou na ocorrência da situação de empate, prevista no art. 60, da Lei Federal nº 14.133/21 e suas alterações, pelo próprio preposto, munido de documento de identidade, o que o tornará apto a praticar os atos necessários ao procedimento licitatório.

4.3.1.1. A procuração deverá vir acompanhada de cópia autenticada do documento constitutivo do proponente ou de outro documento em que esteja expressa a capacidade/competência do outorgante para constituir mandatário.



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

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

5. DA ENTREGA E APRESENTAÇÃO DOS INVÓLUCROS DE PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA DE PREÇOS E DE DOCUMENTAÇÃO E DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

5.1. Os invólucros 1 a 4 exigidos neste Edital deverão ser apresentados à Comissão Especial de Licitação pelos proponentes em sessão pública a ser realizada de 14:00 as 15:00 horas do dia 01/06/2026, no Auditório JK, localizado na Avenida Afonso Pena, 1212, Bairro Centro, Belo Horizonte, MG, em invólucros distintos e separados. A Comissão, após o recebimento, emitirá “Recibo de Envelope do Licitante”.

5.2. A Proposta Técnica deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos e fechados, sendo um para a Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO n.º 1), um para a Proposta Técnica – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO n.º 2) e outro para a Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (INVÓLUCRO n.º 3).

5.3. Proposta de Preços deverá ser apresentada em 1 (um) invólucro (INVÓLUCRO n.º 4).

5.4. As Propostas Técnicas e de Preços de cada LICITANTE – invólucros 1 a 4 – deverão ser entregues da seguinte forma:

5.4.1. INVÓLUCRO N.º 1 - Invólucro padronizado n.º 1 – Plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA.

5.4.1.1. O Invólucro padronizado n.º 1 – Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada** (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia



Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), deverá ser entregue fechado e não poderá ter nenhuma identificação na parte externa, não poderá apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante, não poderá estar danificado ou deformado pelas peças, material ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do licitante, para preservar – até a abertura do Invólucro **n.º 2** – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

5.4.1.2. A Comissão Especial de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado n.º 1 fornecido obrigatoriamente pelo Município de Belo Horizonte a pedido formal do LICITANTE interessado na presente licitação.

5.4.1.3. O invólucro padronizado n.º 1 deverá ser retirado pelo interessado, até o terceiro dia útil anterior à data prevista para a sessão de entrega dos envelopes, no horário de 9h às 17h, no seguinte endereço: Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças, do Gabinete do Prefeito, situada na Avenida Afonso Pena, 1.212, 3º andar, Bairro, Centro, Belo Horizonte, MG.

5.4.2. **INVÓLUCRO N.º 2** - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

5.4.2.1. O invólucro n.º 2 deverá estar lacrado e rubricado no lacre, com a seguinte identificação:

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE

Concorrência GP N.º 92002/2026

Serviços de Publicidade

Invólucro n.º 2 – Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Empresa: _____ CNPJ: _____

5.4.2.2. O invólucro **n.º 2** será providenciado pelo LICITANTE e será constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto



às informações de que trata, até sua abertura e desde que respeitados os limites e características deste Edital.

5.4.2.3. O conteúdo do invólucro **n.º 2** deverá ser idêntico ao do **n.º 1** no que diz respeito à questão dos textos, sem a necessidade de apresentação dos exemplos de peças da ideia criativa (esboços, *layouts*, *spots*, *storyboards* etc.).

5.4.3. INVÓLUCRO N.º 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

5.4.3.1. O invólucro n.º 3 deverá estar lacrado e rubricado no lacre, com a seguinte identificação:

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE

Concorrência GP N.º 92002/2026

Serviços de Publicidade

Invólucro n.º 3 – Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Empresa: _____ CNPJ: _____

5.4.3.2. O invólucro **n.º 3** será providenciado pelo LICITANTE e será constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura e desde que respeitados os limites e características deste Edital e seus anexos.

5.4.4. Será vedada a aposição ao invólucro n.º 3, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros.

5.4.4.1. **INVÓLUCRO N.º 4 – Proposta de Preços.**



5.4.4.2. O invólucro n.º 4 deverá estar lacrado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE

Concorrência GP N.º 92002/2026

Serviços de Publicidade

Invólucro n.º 4 – Proposta de Preços

Empresa: _____ CNPJ: _____

5.4.4.3. O invólucro n.º 4 será providenciado pelo LICITANTE e constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

5.5. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, subitem 5.1 deste Edital, nenhum outro documento será recebido, cancelado, retificado ou acrescido. Caso o prazo seja insuficiente, serão distribuídas senhas aos presentes para recebimento dos invólucros pela Comissão Especial de Licitação.

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

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

5.8. É vedada a participação, na sessão de recebimento das Propostas Técnicas e Preços, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

5.9. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em 1 (um) invólucro (INVÓLUCRO n.º 5) à Comissão Especial de Licitação apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em data e horário fixados para a sessão de abertura do INVÓLUCRO 5, por meio de publicação no Diário Oficial do Município – DOM.



5.9.1. **INVÓLUCRO N.º 5** – Documentos de habilitação

5.9.1.1. O invólucro n.º 5 deverá estar lacrado e rubricado no lacre, com a seguinte identificação:

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE

Concorrência GP N.º 92002/2026

Serviços de Publicidade

Invólucro n.º 5 – Documentos de Habilitação

Empresa: _____ CNPJ: _____

5.9.1.2. O invólucro n.º 5 será providenciado pelo LICITANTE e constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura e desde que respeitando os limites e características deste Edital.

5.10. As propostas e/ou documentos de habilitação recebidos abertos, por *fax* ou via *e-mail* não serão considerados.

5.11. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que seguirão especialmente o determinado pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

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

5.12.1. 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Belo Horizonte.

5.12.2. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica será por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá no mínimo 9 (nove) integrantes previamente relacionados pelo Município de Belo Horizonte.



5.13. A relação de 9 (nove) integrantes, entre os quais serão sorteados os membros da subcomissão técnica, deverá ser composta de 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de Belo Horizonte e que sejam previamente cadastrados, com fundamento nos §§ 2º e 3º do art. 10 da Lei Federal nº 12.232/2010.

5.14. A relação dos nomes será publicada no DOM em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

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

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

5.14.3. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere este Edital, mediante a apresentação à Comissão Especial de Licitação de fundamentos jurídicos circunstanciados para a eventual exclusão.

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

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

5.14.6. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido nos subitens 5.12 e 5.12.1 deste Edital.

5.14.7. Só será admitida nova impugnação de nome que vier a completar a relação



anteriormente publicada.

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

6. DA ABERTURA DOS INVÓLUCROS, DO PROCESSAMENTO E DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

6.1. Recebidos os invólucros 1 a 3, com a Proposta Técnica, e 4, com a Proposta de Preços, conforme subitens 5.1, 5.2 e 5.3, a Comissão Especial de Licitação, na sessão pública, procederá à abertura dos invólucros 1 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via Não Identificada, e o invólucro 3 – Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

6.2. As propostas serão rubricadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes dos licitantes presentes na sessão, facultada a designação de um deles ou de comissão para representar todos os licitantes.

6.3. Os invólucros das Propostas Técnicas e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

6.4. É vedada a participação, na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e Preços, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

6.5. A Subcomissão Técnica procederá à análise individualizada e ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (invólucro 1) e da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (invólucro 3), respeitado o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Edital, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas neste instrumento.

6.6. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Especial de Licitação,



junto com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

6.7. Recebidas as atas de julgamento, a Comissão Especial de Licitação convocará sessão pública, por meio de publicação no DOM, com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

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

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

6.10. Verificação da Pontuação obtida pelos licitantes, considerados os dois envelopes (1 e 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista e desclassificação daqueles que não obtiverem a pontuação mínima exigida de 70% (setenta por cento) em cada envelope da Proposta Técnica (Invólucros 1 e 3).

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

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

6.13. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 3 (três) dias úteis da sua publicação.

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

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

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



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

6.17. Cabe recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, no prazo de 3 (três) dias úteis da sua publicação.

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

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

6.17.3. Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão Especial de Licitação apurará os vencedores, nos termos do disposto neste edital, e convocará sessão pública, com antecedência mínima de dois dias úteis, destinada à apresentação do Envelope n.º 5 – Documentos de Habilitação pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigore neste Edital.

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

7.1. Nesta fase, serão analisadas e avaliadas as características dos licitantes classificados no julgamento final das propostas no que se refere à habilitação jurídica, regularidade fiscal, qualificação técnica, qualificação econômico-financeira, comprovadas mediante a apresentação dos documentos indicados abaixo, que deverão estar contidos dentro do Invólucro n.º. 5 – Documentos de Habilitação, ter todas as páginas numeradas e rubricadas por representante legal do LICITANTE, ainda, ser apresentados em original ou em cópia autenticada por cartório competente ou ainda cópia simples acompanhada do original para autenticação por servidor do órgão licitante.

7.2. Será considerado habilitado o LICITANTE que, se cadastrado no Sistema Único de Cadastro



de Fornecedores do Município – SUCAF:

7.2.1. com situação regular e habilitado na linha de serviço 03.35 (Serviços Técnicos Especializados de Publicidade e Propaganda), apresentar a documentação prevista nos subitens 7.3 a 7.3.12 deste edital;

7.2.2. com documentação vencida, mas habilitado na linha de serviço 03.35 (Serviços Técnicos Especializados de Publicidade e Propaganda), apresentar o(s) documento(s) regularizador(es) e a documentação prevista nos subitens 7.3 a 7.3.12 deste edital;

7.2.3. na hipótese de a certidão para recuperação judicial ou extrajudicial for positiva, apresentar comprovante da homologação/deferimento, pelo juízo competente, do plano de recuperação em vigor.

7.2.4. com situação regular, mas não habilitado na linha de serviço 03.35 (Serviços Técnicos Especializados de Publicidade e Propaganda), deverá apresentar além dos documentos exigidos nos subitens 7.3 a 7.3.12 deste edital, o Estatuto ou Contrato Social em vigor acompanhado da(s) última(s) alteração(ões), para análise do objeto social quanto à compatibilidade em relação ao objeto licitado.

7.3. Habilitação Jurídica para o LICITANTE cadastrado no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores do Município – SUCAF:

7.3.1. Atestado(s) de experiência(s) anterior(es) fornecido(s) por veículo(s) de comunicação, contendo informações sobre o desempenho do LICITANTE nas relações com os respectivos emitentes para fins de comprovar desempenho satisfatório da agência.

7.3.1.1. O(s) atestado(s) deverá(ão) estar emitido(s) em papel(eis) timbrado(s) da(s) Empresa(s) que o expediu(ram), ou deverá(ão) conter carimbo do CNPJ ou outra informação que permita a devida identificação do emitente.

7.3.1.2. O(s) atestado(s) de capacidade técnica poderá(ão) ser apresentado(s) em nome da empresa, com CNPJ da matriz e/ou da(s) filial(ais) do licitante.



7.3.2. Caso o LICITANTE não esteja estabelecido no Município de Belo Horizonte, deverá apresentar, também, declaração de que possuirá, até o início da execução contratual, no respectivo âmbito geográfico, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

7.3.3. Certificado de Qualificação Técnica, conforme previsto no artigo 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/10.

7.3.4. Balanço Patrimonial e Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que demonstrem a situação financeira do licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devendo ser observados os subitens abaixo para o devido enquadramento.

7.3.5. Serão considerados, na forma da lei, o Balanço Patrimonial e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social, assim apresentados, alternativamente:

- a) publicados em Diário Oficial;
- b) publicados em Jornal;
- c) por fotocópia do livro Diário, devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do LICITANTE ou registrado no órgão de registro equivalente, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento;
- d) na forma de escrituração contábil digital (ECD) instituída pela Instrução Normativa da RFB nº 1.420 de 19/12/2013 e suas alterações.

7.3.6. As empresas com menos de um ano de existência, desde que não enquadradas no art. 1.065 do Código Civil, devem apresentar Balanço de Abertura devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do LICITANTE ou registrado no órgão de registro equivalente.

7.3.7. O Balanço Patrimonial (inclusive o Balanço de Abertura) e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social deverão estar assinadas por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrados no Conselho Regional de Contabilidade.

7.3.8. Cálculo dos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da



aplicação das fórmulas abaixo, sendo considerado habilitado o LICITANTE que apresentar resultado igual ou maior que 1 (um), em todos os índices aqui mencionados:

$$LG = \frac{\textit{Ativo Circulante} + \textit{Realizável a Longo Prazo}}{\textit{Passivo Circulante} + \textit{Passivo Não Circulante}}$$

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

7.3.9. A empresa que apresentar resultado menor que 1 (um) em qualquer dos índices referidos no subitem acima deverá comprovar Patrimônio Líquido ou Capital Social mínimo de R\$ 5.500.000,00 (cinco milhões e quinhentos mil de reais), referente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação.

7.3.10. Reserva-se à Comissão Especial de Licitação o direito de efetuar os cálculos, caso o memorial dos cálculos dos índices não seja apresentado.

7.3.11. Declaração expressa de que o LICITANTE não emprega trabalhador menor nas situações previstas no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição da República, conforme modelo ANEXO III.

7.3.12. Declaração, conforme modelo ANEXO VI, de que o LICITANTE cumpre os requisitos estabelecidos na Lei Complementar n.º 123/2006, alterada pela Lei n.º 11.488/2007, e se enquadra como beneficiário, **QUANDO FOR O CASO**.

7.4. Será considerado habilitado o LICITANTE que, se não cadastrado no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores do Município – SUCAF, apresentar toda documentação relacionada no item 8 do Termo de Referência.

8. DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1. INVÓLUCROS 1 E 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

8.1.1. Para efeito de avaliação, os licitantes deverão apresentar uma campanha simulada, dentro do tema “**Belo Horizonte, Prefeitura do Povo. Aqui o trabalho não para**”.



Nessa perspectiva Belo Horizonte deverá ser apresentada como uma cidade moderna, conectada, segura e reconhecida **como importante centro cultural e potencial turístico, centro de um dos maiores carnavais de rua do País**, além da excelência em seus serviços nas áreas de saúde, educação, obras de infraestrutura, mobilidade urbana, inclusão digital e programas de alcance social, principalmente para as camadas mais vulneráveis da população.

A campanha deve responder o desafio da Prefeitura de Belo Horizonte em se fazer ser percebida como uma gestão mais próxima das pessoas. Uma gestão séria, responsável e que ama a cidade e, principalmente, ama seu povo. O público da campanha deve ser a população em geral, o poder legislativo, as entidades de classe, o meio acadêmico, entre outros pertinentes ao tema proposto.

8.1.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado a partir das informações do briefing, constante no ANEXO I do Termo de Referência. Ele será composto pelos itens “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação”, “Ideia Criativa” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” e deverá ser apresentado observando os seguintes critérios:

- a) em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda e orientação retrato;
- b) capa, contracapa e conteúdo impressos em papel A4 branco, com 75 g/m² a 90 g/m²;
- c) espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) espaçamento ‘simples’ entre as linhas e, opcionalmente, ‘duplo’ após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- f) alinhamento ‘justificado’ do texto;
- g) texto em fonte ‘arial’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’;
- h) numeração de páginas em fonte ‘arial’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’, em todas as páginas, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- i) sem identificação do licitante.

8.1.3. São permitidas variações de fonte para destaques no texto: negrito, itálico, sublinhado e caixa alta.

8.1.4. Também é permitido o uso de marcadores.



8.1.5. Podem ser utilizadas páginas isoladas (folha de rosto) com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e os itens que o compõem: “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária”, “Ideia Criativa” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia”. Essas páginas isoladas não serão computadas nos limites estipulados para cada um desses itens.

8.1.6. Os itens “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos e/ou tabelas podem ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e/ou tabelas podem ser editados na fonte, estilo, cor e tamanho à escolha do licitante.

8.1.6.1. Raciocínio Básico – Texto apresentado até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, que deverá conter um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Belo Horizonte, a compreensão do licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados em consonância com o *briefing*. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pelo Município de Belo Horizonte, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.

8.1.6.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto apresentado em até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo Município de Belo Horizonte e no qual se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item “Ideia Criativa” pretendem resolve-los.

8.1.6.3. Ideia Criativa com Simulação de Campanha – Texto contendo até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, apresentando a resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, discorrendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no *briefing*; acompanhado de esboços (*layouts*, textos, roteiros e *storyboards*) de peças da



campanha para cada meio de divulgação nela proposto pelo licitante. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em pranchas com 420x297mm (formato A3, papel cartão supremo branco, 250g/m²) e as peças eletrônicas em *pen drive*. Fica estabelecido o limite de 10 (dez) peças da campanha (esboços, *layouts*, *spots*, *storyboards*, roteiros, ‘monstros’ e etc) independente do meio. Essas peças da campanha não fazem parte do limite estabelecido de texto, de até 10 (dez) laudas, proposto neste item.

Os storyboards animados, animatics ou ‘monstros’ deverão ser apresentados em CD ou DVD com arquivos executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

Cada peça da campanha deverá trazer especificação sucinta destinada a facilitar a identificação e análise pelos integrantes da Subcomissão Técnica (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista etc).

As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura e não ultrapassem os limites das pranchas, sem limitação de cores.

Para fins de cômputo dos exemplos de peças que podem ser apresentadas, até o limite de 10 (dez) peças, determinado anteriormente, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) as peças apresentadas como parte de um kit serão computadas individualmente;
- c) peças sequenciais, para qualquer meio, a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers, entre outros, serão computadas individualmente;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma única peça, desde que apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;
- e) um banner de internet com todas as suas fases será considerado uma única



- peça, desde que apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;
- f) um aplicativo com todas as suas telas será considerado uma única peça, desde que apresentadas na mesma prancha e desde que não prejudique a leitura;
 - g) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
 - h) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça;
 - i) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças.

8.1.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, em que explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público de toda a cidade de Belo Horizonte; alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada. As planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de laudas para este item.

8.1.8. Para efeito de precificação deverão ser considerados:

- a) tabela cheia dos veículos vigente na data de publicação deste edital;
- b) 15% de honorários de produção de qualquer natureza (filmes, vídeos, spots, produção gráfica etc).

8.1.9. A Simulação de Campanha a ser apresentada será norteadada pelos seguintes critérios:

- a) duração: 30 (trinta) dias corridos;
- b) público alvo: população de Belo Horizonte, o Legislativo, o Judiciário, as Entidades de Classe, servidores municipais e turistas.
- c) verba referencial: R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).
- d) tema da campanha conforme *briefing* constante no ANEXO I do Termo de Referência.



8.2. DO INVÓLUCRO N.º 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

8.2.1. Capacidade de Atendimento – Texto apresentado em papel no formato A4, de até 10 (dez) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial, corpo 12, para o conjunto dos subitens:

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

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

8.2.3. Portfólio – Conjunto de trabalhos realizados pelo licitante, com no mínimo 10 (dez) e no máximo 12 (doze) peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes em pen drive, e os spots e jingles em pen drive apresentados anexos. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida, o mês e ano de sua veiculação e um breve relato dos problemas que cada peça se propôs a resolver. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 420 x 297mm (formato A3).



8.2.4. *Cases* – Duas campanhas de propaganda completas, desenvolvidas anteriormente pelo licitante, com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs resolver e os resultados alcançados, referendado com a assinatura do anunciante, em até 4 (quatro) laudas cada relato. Anexos, deverão estar 5 (cinco) exemplos, no máximo, das peças utilizadas. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 420 x 297mm (formato A3). As peças eletrônicas deverão ser apresentadas em *pen drive*.

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

9.1. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios a seguir e devidamente registrados em ata.

10. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

No julgamento das Propostas Técnicas, serão adotados os seguintes procedimentos:

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

10.1. INVÓLUCRO N.º 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

- a. Raciocínio Básico – 25 pontos
- b. Estratégia de Comunicação Publicitária – 20 pontos
- c. Ideia Criativa – 20 pontos
- d. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 05 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL – 70 PONTOS

10.2. INVÓLUCRO N.º 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

- a. Capacidade de Atendimento – 8 pontos



- b. Investimento em Estrutura de Atendimento – 4 pontos
- c. Portfólio – 4 pontos
- d. Cases – 4 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL – 20 PONTOS

10.3. As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a Subcomissão Técnica observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

10.3.1. “Raciocínio Básico”:

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

10.3.2. “Estratégia de Comunicação Publicitária”:

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

10.3.3. “Ideia Criativa”:

- a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto nos dois subitens anteriores.
- b) Sua pertinência às atividades do Município de Belo Horizonte e à sua inserção na



sociedade.

- c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.
- d) A originalidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias.
- e) A exequibilidade das peças.
- f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

10.3.4. “Estratégia de Mídia e Não Mídia”:

- a) O raciocínio estratégico e tático.
- b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.
- c) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.
- d) A coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado.
- e) A pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas.

10.3.5. “Capacidade de Atendimento”:

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

10.3.6. “Investimentos em Estrutura de Atendimento”:

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



10.3.7. **“Portfólio”:**

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

10.3.8. **“Cases”:**

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

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

10.5. A Subcomissão Técnica desclassificará as propostas que não obtiveram no mínimo 70% (setenta por cento) dos pontos em cada envelope da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3), ou seja, menos de 49 (quarenta e nove) pontos no Plano de Comunicação Via Não Identificada e menos de 14 (quatorze) pontos no Conjunto de Informações.

10.6. Serão desclassificadas as Propostas:

10.6.1. Que não contiverem todos os dados exigidos no Edital e seus anexos;

10.6.2. Em que os licitantes não demonstrarem possuir a qualificação, a experiência e a estrutura administrativa e técnica necessárias e adequadas para garantir a realização e conclusão do objeto licitado, obtendo índice de pontuação inferior a 70% dos pontos da Proposta Técnica ou zero em qualquer um dos quesitos.

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

10.7.1. A pontuação atribuída a um quesito sempre deverá ser reavaliada quando a



diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída por cada membro da Subcomissão Técnica for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito;

10.7.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

10.8. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no lacre pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do LICITANTE antes da abertura do invólucro.

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

10.10. Após identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária pela Comissão Especial de Licitação, a Comissão proclamará o resultado de desclassificação dos Proponentes.

10.11. Apuradas as pontuações de cada LICITANTE classificado na Etapa Técnica, será atribuída nota 10 (dez) àquele que houver obtido o maior número de pontos no conjunto da Proposta Técnica, atribuindo-se aos demais, notas diretamente proporcionais à sua classificação, por pontos, de acordo com a seguinte fórmula:

$$NPT = \frac{10 \times Ti}{To}, \text{ em que}$$

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

Ti = pontuação da Proposta Técnica em exame.

To = pontuação da melhor Proposta Técnica.



11. DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada, informando o percentual de desconto sobre os custos internos calculados sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

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

11.1.2. Que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato serão de responsabilidade do LICITANTE que vier a ser contratado.

11.1.3. O preço proposto deverá contemplar todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

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

11.3. Juntamente com a proposta escrita, deverá constar, sob pena de desclassificação, Declaração de elaboração independente de proposta, nos termos do ANEXO IV deste Edital.

12. DA DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. Serão desclassificadas:

12.1.1. As propostas que não atenderem às exigências deste edital;

12.1.2. As que não contiverem local, data e assinatura do representante legal do LICITANTE ou de procurador com poderes específicos para o ato, indicado em instrumento particular ou público.



12.2. O preço proposto será de exclusiva responsabilidade do LICITANTE e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preços conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

13.1.1. A classificação se dará da seguinte forma:

13.1.2. Desconto sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A LISTA DE REFERÊNCIA DE CUSTOS INTERNOS
10	De 90% ou acima de 90%
8	De 70% a 89%
7	De 50% a 69%

13.2. As Propostas de Preços dos licitantes classificados na fase anterior serão avaliadas e classificadas de acordo com os pontos atribuídos, da seguinte forma: 10 (dez) pontos à Proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção (criação e montagem) das empresas, apurados em relação à Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO-MG) – Edição 2026, deferindo-se pontos proporcionais aos restantes, conforme a seguinte fórmula:

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

NPP = Nota da Proposta de Preços;

VNPdP = Valor numérico do percentual de desconto proposto;

VNMPdP = Valor numérico do maior percentual de desconto proposto.



14. DA CLASSIFICAÇÃO FINAL

14.1. Conforme Lei Federal 14.133/21, a classificação dos licitantes será, dessa forma, de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que a Proposta Técnica terá como pontuação máxima 70% (setenta por cento) do total possível de pontos e a Proposta de Preços terá como pontuação máxima 30% (trinta por cento) do total possível de pontos.

14.2. As notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (sete), e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (três), sendo classificados os licitantes segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$NMP = \frac{7 (NPT) + 3 (NPP)}{10}, \text{ em que}$$

NMP = Nota média ponderada final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NPP = Nota da Proposta Preço.

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

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

- 14.4.1. Raciocínio Básico;
- 14.4.2. Ideia Criativa;
- 14.4.3. Estratégia de Comunicação Publicitária;
- 14.4.4. Portfólio;
- 14.4.5. Capacidade de Atendimento;
- 14.4.6. Investimento em Estrutura de Atendimento;
- 14.4.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- 14.4.8. Cases



14.5. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, a Concorrência será decidida por sorteio, em sessão pública, para a qual serão todos os licitantes convocados.

15. DA APURAÇÃO DO VENCEDOR

15.1. Ultrapassado o prazo recursal e o julgamento pela autoridade competente do Município de Belo Horizonte, o Contrato objeto deste Edital será adjudicado e homologado ao licitante considerado vencedor nos termos do item 14 deste Edital.

15.2. A agência vencedora será aquela que obtiver maior Nota Média Ponderada Final.

16. DA ADJUDICAÇÃO DO OBJETO DA CONCORRÊNCIA

16.1. Os serviços de publicidade, objeto da presente concorrência, serão adjudicados e homologados à primeira classificada do certame conforme apuração da pontuação técnica e preço.

16.2. O objeto será adjudicado e homologado à agência, obedecida a ordem de classificação, a qual será contratada mediante instrumento contratual.

16.3. Na hipótese de rescisão do contrato, por qualquer motivo, antes do término do prazo de vigência, o Contratante convocará outra empresa, observada a ordem de classificação, para assumir, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, o remanescente do objeto anteriormente contratado, desde que sejam aceitas as mesmas condições oferecidas pelo LICITANTE vencedor.

16.4. Na hipótese do subitem anterior, a assunção do remanescente pela empresa convocada, por meio da formalização de novo contrato, quando for o caso, acarreta a rescisão de contrato anteriormente celebrado.

17. DO DIREITO DE PETIÇÃO

17.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o Edital de licitação por irregularidade ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos, devendo encaminhar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data de entrega dos invólucros 1, 2, 3 e 4.



17.2. A impugnação ou o pedido de esclarecimento poderão ser enviados para o e-mail comissaoespecialdelicitacao.publicidade2026@pbh.gov.br ou ser entregues diretamente na Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças do Gabinete do Prefeito, situada na Avenida Afonso Pena, 1.212, 3º andar, Bairro, Centro, Belo Horizonte, MG, de segunda à sexta-feira, das 9:00 às 17:00 horas.

17.2.1. O documento enviado deverá conter o nome e CPF quando pessoa física ou razão social e CNPJ quando pessoa jurídica.

17.3. A Comissão Especial de Licitação, responderá à impugnação ou ao pedido de esclarecimento no prazo de até 3 (três) dias úteis contado da data de recebimento dos documentos, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

17.4. Excepcionalmente e devidamente justificado, o prazo para resposta à impugnação e ao pedido de esclarecimento poderá ser prorrogado até o último dia útil anterior à data de abertura do certame, promovendo-se, se for o caso, o adiamento da sessão pública.

17.5. É facultado ao licitante, nos termos do art. 165 da Lei n.º 14.133/21, a interposição de RECURSO, no prazo de até 03 (três) dias úteis contados da intimação do ato ou da lavratura da ata pela Comissão Especial de Licitação, dos seguintes atos:

- a) ato que defira ou indefira pedido de pré-qualificação de interessado ou de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;
- b) julgamento das propostas;
- c) ato de habilitação ou inabilitação de licitante;
- d) anulação ou revogação da licitação;
- e) extinção do contrato, quando determinada por ato unilateral e escrito da Administração;

17.5.1. Pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contado da data de intimação, relativamente a ato do qual não caiba recurso hierárquico.

17.6. Não caberá mais de um recurso sobre a mesma matéria por parte de um mesmo licitante, bem como não caberá recurso em mesmo grau sobre matéria já decidida.



17.7. Não serão acolhidos os recursos apresentados fora do prazo legal, nem os recursos subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para representar o licitante.

17.8. As razões do recurso e as contrarrazões, quando propostas, poderão ser enviadas para o *e-mail* comissaoespecialdelicitacao.publicidade2026@pbh.gov.br com remessa posterior do documento original no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis contados do prazo final para sua apresentação junto à Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças do Gabinete do Prefeito, situada na Avenida Afonso Pena, 1.212, 3º andar, Bairro, Centro, Belo Horizonte, MG, impreterivelmente no horário de atendimento, de 09h às 17h.

17.9. Não serão considerados recursos que versem sobre aditamento ou modificação de proposta, bem como aqueles que apresentam informações ou esclarecimentos que deveriam constar obrigatoriamente da proposta.

17.10. A decisão proferida em grau de recurso será definitiva, dela dando-se conhecimento aos interessados por publicação resumida no DOM.

18. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

18.1. O Município de Belo Horizonte, sempre mediante despacho escrito e devidamente fundamentado, poderá anular a presente licitação por ilegalidade e, desde que fundada em razões de interesse público, poderá ainda:

18.1.1. adiar a abertura das propostas, dando conhecimento aos interessados, por publicação no Diário Oficial do Município de Belo Horizonte - DOM, com antecedência de, no mínimo, 24 (vinte e quatro) horas da data inicialmente marcada;

18.1.2. revogar, no todo ou em parte, a presente licitação, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, disto dando ciência aos interessados, mediante publicação no Diário Oficial do Município de Belo Horizonte – DOM, sem que caiba ao LICITANTE direito à indenização, salvo em caso de dano efetivo resultante dessa revogação e na forma da lei.



- 18.1.3. ‘alterar, até a data da sessão pública de abertura, as condições deste Edital, as especificações e qualquer documento pertinente a esta licitação, desde que seja fixado novo prazo, não inferior a 35 (trinta e cinco) dias úteis, para a abertura das propostas, a contar da publicação das alterações, salvo se estas, inquestionavelmente, não afetarem a formulação das propostas.
- 18.2. Após a fase de Habilitação, não caberá desistência da proposta, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Especial de Licitação.
- 18.3. A não apresentação, no momento próprio de qualquer documento exigido neste Edital, implicará na inabilitação ou desclassificação do licitante.
- 18.4. Decairá do direito de impugnar os termos do Edital de Licitação à Administração, o licitante que não o fizer até o terceiro dia útil que anteceder a data de abertura dos INVÓLUCROS 1,2,3 e 4, já mencionada neste Edital.
- 18.5. O LICITANTE é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação e da execução do serviço. A falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contida implicará a imediata desclassificação do LICITANTE que o tiver apresentado, ou, caso tenha sido o vencedor, o cancelamento da Nota de Empenho e as rescisões dos contratos, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.
- 18.6. A Comissão Especial de Licitação poderá, a qualquer tempo, solicitar comprovação da documentação apresentada na Proposta Técnica aos órgãos e entidades indicados.
- 18.7. Em todas as reuniões realizadas no âmbito deste procedimento, será lavrada ata circunstanciada que será assinada pelos seus membros e, se for o caso, pelos representantes dos licitantes. E todas as sessões públicas serão gravadas em áudio e vídeo e as gravações juntadas aos autos do processo licitatório conforme § 5º Art. 17 da Lei 14.133.
- 18.8. Os representantes dos licitantes presentes nas sessões poderão nomear um representante ou uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos, decisão que constará da respectiva ata.



18.9. Esclarecimentos adicionais relativos ao texto deste Edital, quando envolverem interpretação sobre o preciso entendimento do que nele contém, poderão ser obtidos junto à Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças do Gabinete do Prefeito, por intermédio do endereço eletrônico comissaoespecialdelicitacao.publicidade2026@pbh.gov.br, que encaminhará os pedidos à Comissão Especial de Licitação, desde que solicitados até 3 (três) dias úteis antes da data marcada para o recebimento dos INVÓLUCROS. O inteiro teor do pedido formulado, bem como da respectiva resposta, será publicado no site oficial da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte – <https://prefeitura.pbh.gov.br/transparencia>, acessando o *link* Licitações.

18.10. É facultado à Comissão Especial de Licitação ou à autoridade a ele superior, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar nele desde a realização da sessão pública.

18.11. A Comissão Especial de Licitação, no exercício de suas funções, poderá valer-se de pareceres técnicos e/ou jurídicos exarados por servidor/comissão devidamente constituídos, para embasar sua decisão quando do julgamento das fases de habilitação e proposta.

18.12. A normatização aplicável, especialmente a Lei Federal nº. 14.133/21, se conflitante com as condições e exigências deste Edital e seus anexos, será preponderante.

18.13. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição de sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta.

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

18.15. A CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato de Prestação de Serviço, conforme previsto nos art. 124 e 125 da Lei 14.133/21.

18.16. Para aditamento do quantitativo deverá ser observado o disposto no Decreto Municipal nº

13.757/2009 e suas alterações.

18.17. A tolerância do Município de Belo Horizonte com qualquer atraso ou inadimplência por parte da Contratada não importará de forma alguma em alteração ou novação.

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

18.19. As normas que disciplinam este procedimento licitatório serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os licitantes, desde que não comprometam o interesse da Administração, a finalidade ou a segurança da contratação.

18.20. As decisões referentes a este processo licitatório serão comunicadas aos licitantes por qualquer meio de comunicação que comprove o recebimento ou, ainda, mediante publicação no DOM.

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

18.22. A participação do LICITANTE nesta licitação implica em aceitação de todos os termos deste edital e seus anexos.

18.23. Em cada uma das fases haverá a abertura de vistas franqueadas aos autos do processo, bem como será respeitado o prazo legal para interposição de recursos, nos termos do art. 165 da Lei nº 14.133/21.

18.24. A Contratada deverá manter, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no item 7 deste edital, em cumprimento ao disposto no Inciso I do artigo 92 da Lei 14.133/21.

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



18.25.1. Nessa hipótese, a exigência prevista no art. 4º do Decreto Municipal nº 11.245/05 será cumprida mediante o encaminhamento da referida documentação e da proposta constando a solicitação para cadastramento.

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

18.26. A Comissão Especial de Licitação procederá à devolução dos envelopes fechados aos licitantes inabilitados, contendo as respectivas propostas, desde que não tenha havido recurso ou após sua denegação.

18.27. A Contratada não poderá:

18.27.1. subcontratar total ou parcialmente o objeto contratado, exceto na hipótese de serviço secundário que não integre a essência do objeto, desde que expressamente autorizada pelo Contratante, mantida em qualquer caso a integral responsabilidade da Contratada;

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

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

18.29. Fazem parte integrante deste edital:

Anexo I – Termo de Referência

Anexo II – Modelo de Procuração;

Anexo III – Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos e de que Não Emprega Menor;

Anexo IV - Modelo de Declaração Independente da Proposta;

Anexo V – Modelo de Proposta de Preços;

Anexo VI – Modelo de Declaração de beneficiário da lei complementar nº 123/2006;

Anexo VII – Minuta do Contrato;



Anexo VIII- Informações Complementares

Belo Horizonte, de de 2026

Duander Vinicius Gomes Rezende Franco – BM 325.863-5
Chefe de Gabinete do Prefeito



ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA



**ANEXO II – MODELO DE PROCURAÇÃO PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO
HORIZONTE EDITAL DE CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026**

Pelo presente instrumento particular, a empresa __, inscrita no CNPJ sob o n.º _____, estabelecida na, neste ato representada por _____(nome, nacionalidade, estado civil, profissão, CPF/MF, R.G. e endereço de um representante legal da empresa), nomeia e constitui seu bastante procurador o Sr. (nome, nacionalidade, estado civil, profissão CPF/MF, R.G. e endereço do procurador), com amplos poderes para o fim de representá-lo em todos os atos da **Concorrência GP N.º 92002/2026** no Município de Belo Horizonte, podendo inclusive receber intimações e desistir de recursos.

_____, de.....de 2026.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL E CARIMBO DA EMPRESA

Esta procuração deverá vir acompanhada de cópia autenticada do documento constitutivo do proponente ou de outro documento em que esteja expressa a capacidade / competência do outorgante para constituir mandatário.



**ANEXO III - MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS
IMPEDITIVOS E DE QUE NÃO EMPREGA MENOR
PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE EDITAL DE CONCORRÊNCIA
GP N°. : 92002/2026**

DECLARAÇÃO

Em cumprimento às determinações da Lei Federal nº 14.133/21 e suas alterações, DECLARAMOS, para fins de participação na Concorrência acima, que:

- a) Nossa empresa não está impedida de contratar com a Administração Pública, Direta e Indireta;
- b) Não foi declarada inidônea pelo Poder Público de nenhuma esfera;
- c) Não existe fato impeditivo à nossa habilitação;
- d) Não possuímos entre nossos proprietários, nenhum titular de mandato eletivo;
- e) Não empregamos menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menor de 16 (dezesesseis) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição da República Federativa do Brasil/88;
- f) Não possuímos, em nossa empresa, sócio(s), dirigente(s), gerente(s) ou componente(s) de seu quadro técnico, seus respectivos cônjuges ou companheiros que seja(m) servidor(es) ou empregado(s) municipais(al), ou que o tenha sido nos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data desta Licitação, ou seja(m) titular(es) de mandato eletivo.

Por ser expressão da verdade, eu _____,
representante legal desta empresa, firmo a presente.

_____, de _____ de 2026.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL E CARIMBO DA EMPRESA



ANEXO IV - DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA
PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
EDITAL DE CONCORRÊNCIA GP N.º: 92002/2026

Eu, (identificação completa do representante do licitante) _____,
como representante devidamente constituído de (identificação completa do licitante) _____),
doravante denominada licitante, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal
Brasileiro, que:

- a) a proposta apresentada para participar da **CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026** foi elaborada de maneira independente pela LICITANTE e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato da **CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026**, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar da **CONCORRÊNCIA GP – 92002/2026** não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da **CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026**, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de outro participante potencial ou de fato da **CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026** quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da **CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026** não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato da **CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026** antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar da **CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026** não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Secretaria Municipal de Assuntos Institucionais E Comunicação Social antes da abertura oficial das propostas; e
- f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

..... de..... de 2026.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL, CARIMBO DA EMPRESA



**ANEXO V – PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE**

EDITAL DE CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos o desconto a ser concedido ao Contratante, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais: _____% (_____por cento);

A proposta terá validade de(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de apresentação dos Documentos de Habilitação e Propostas.

O preço proposto contempla todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

Desde já, declaramo-nos cientes de que o Contratante procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

....., dede 2026.

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL E CARIMBO DA EMPRESA



**ANEXO VI - MODELO DE DECLARAÇÃO DE
BENEFICIÁRIO DA LEI COMPLEMENTAR Nº123/2006
PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026**

Declaramos, sob as penas da lei, que a LICITANTE_____é beneficiária da Lei Complementar nº 123/2006, na condição de_____considerando os valores da receita bruta e o atendimento aos requisitos previstos na Lei supracitada.

Atestamos para os devidos fins que a LICITANTE não se encontra enquadrada em nenhuma das hipóteses, que veda a concessão do tratamento jurídico diferenciado, previstas nos incisos I a XI do § 4º do art. 3º da Lei nº 123/2006:

- a) de cujo capital participe outra pessoa jurídica;
- b) que seja filial, sucursal, agência ou representação, no País, de pessoa jurídica com sede no exterior;
- c) de cujo capital participe pessoa física que seja inscrita como empresário ou seja sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado nos termos desta Lei Complementar, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do *caput* do artigo citado;
- d) cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa não beneficiada pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do *caput* do artigo citado;
- e) cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de que trata o inciso II do *caput* do artigo citado;
- f) constituída sob a forma de cooperativas, salvo as de consumo;
- g) que participe do capital de outra pessoa jurídica;
- h) que exerça atividade de banco comercial, de investimentos e de desenvolvimento, de caixa econômica, de sociedade de crédito, financiamento e investimento ou de crédito imobiliário, de corretora ou de distribuidora de títulos, valores mobiliários e câmbio, de empresa de arrendamento mercantil, de seguros privados e de capitalização ou de previdência complementar;
- i) resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa



jurídica que tenha ocorrido em um dos 5 (cinco) anos-calendário anteriores;

j) constituída sob a forma de sociedade por ações.

k) cujos titulares ou sócios guardem, cumulativamente, com o contratante do serviço, relação de pessoalidade, subordinação e habitualidade.

Possuímos ciência da nossa obrigação de comunicar ao Município de Belo Horizonte quaisquer fatos supervenientes que alterem a situação de nossa empresa.

_____, de _____ de _____

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL E CARIMBO DA EMPRESA



ANEXO VII – MINUTA DE CONTRATO
PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
EDITAL DE CONCORRÊNCIA GP N.º 92002/2026

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE
SERVIÇO, QUE ENTRE SI CELEBRAM
O MUNICÍPIO DE BELO HORIZONTE
E A EMPRESA.....

O Município de Belo Horizonte, inscrito no CNPJ sob o nº 18.715.383/0001-40, por intermédio do Gabinete do Prefeito, com sede na na cidade de Belo Horizonte/MG, neste ato representada pelo Secretário(a) Municipal de nomeado(a) pelo Ato nº, de de de 20..., publicado no DOM de de de, portador da Matrícula Funcional nº, doravante denominado CONTRATANTE, e a empresa inscrita no CNPJ sob o nº, sediada na, na cidade de/....., neste ato representada por (nome e função no contratado), conforme atos constitutivos da empresa ou procuração apresentada nos autos, doravante denominado CONTRATADO, celebram o presente contrato decorrente da Concorrência nº 92002/2026, processo administrativo nº XXXXXXXXXXXXX, em conformidade com a Lei nº 14.133/21, de 1º de abril de 2021, da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e de seu Decreto Federal 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e alterações, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP e incorporadas ao Sistema Legal por força do Decreto Federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002, do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, incorporado ao Sistema Legal por força da Lei nº 4.680/65, bem como a Lei Federal nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, a Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte, a Lei Municipal nº 9.011, de 1º de janeiro de 2005, os Decretos Municipais nº 10.710, de 28 de junho de 2001, nº 11.245, de 23 de janeiro de 2003, nº 18.096 de 20 de setembro de 2022, demais normas pertinentes, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade pela



CONTRATADA à Administração Direta do Município de Belo Horizonte, às autarquias e fundações, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

1.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;
- b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- 1.1.1.1.1. gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do (a) CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- 1.1.1.1.2. aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- 1.1.1.1.3. possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.2. Os serviços previstos no subitem 1.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do (a) CONTRATANTE, em conformidade



com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

1.4. As atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral não poderão ser objeto de subcontratação.

1.5. Integram o presente contrato, independentemente de transcrição, o Edital, seus anexos e demais documentos vinculados à Concorrência GP Nº 92002/2026, bem como a proposta apresentada pela CONTRATADA e a legislação de regência.

CLÁUSULA SEGUNDA: DA(S) DOTAÇÃO(ÇÕES) ORÇAMENTÁRIA(S)

2.1. As despesas decorrentes da execução do presente contrato serão acobertadas pela(s) seguinte(s) dotação(ções) orçamentária(s):

ÓRGÃO	DOTAÇÃO
GP	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

CLÁUSULA TERCEIRA: DO VALOR

3.1. O presente contrato será regido pelo regime de “empreitada por preço global”, previsto na Lei Federal nº 14.133/21 e suas alterações.

3.2. O presente contrato tem o valor estimado máximo contratual de R\$
.....

CLÁUSULA QUARTA: DA VIGÊNCIA



O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contada a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado **até a vigência máxima de 10 anos**, na forma do 107 da Lei nº 14.133/2021.

- 4.1. A prorrogação a que se refere o subitem anterior será realizada mediante termo aditivo.
- 4.2. Ocorrendo prorrogação, serão mantidas as condições do contrato inicial e observada a legislação em vigor. Nos casos de majoração do valor contratual será exigido reforço da garantia prevista na Cláusula Décima Terceira deste contrato.

CLÁUSULA QUINTA: DO REAJUSTE

- 5.1. O contrato, se necessário, será reajustado mediante iniciativa da Contratada, desde que observados o interregno mínimo de 1 (um) ano a contar da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, tendo como base a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IPCA/IBGE).
- 5.2. Os efeitos financeiros do reajuste serão devidos a partir da assinatura do Termo Aditivo.

CLÁUSULA SEXTA: DO ADITAMENTO DOS SERVIÇOS E PREÇOS

- 6.1. Fica vedada qualquer alteração qualitativa ou quantitativa dos contratos, que implique custos adicionais, ou alteração conceitual dos projetos.
- 6.1.1. Excetua-se da regra prevista no item acima o ato autorizativo exarado, prévia e expressamente, pelo titular da Chefia de Comunicação Social em cuja dotação orçamentária a despesa ocorrerá, em processo próprio, com a justificativa da imprescindibilidade da alteração contratual para se atingir o interesse público.
- 6.2. Não constitui alteração contratual vedada o reajuste de preços previsto contratualmente.

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS OBRIGAÇÕES DO (A) CONTRATANTE

- 7.1. A Chefia de Comunicação Social será responsável pela coordenação e o acompanhamento dos



serviços objeto deste contrato, competindo-lhe, dentre outros atos que envolvam o regular exercício desta função, aprovar previamente e por escrito os trabalhos a serem executados e respectivos custos, sendo a CONTRATANTE responsável por:

7.2. Acompanhar e fiscalizar a execução da prestação do serviço contratado, por meio da **Chefia de Comunicação Social do GP**;

7.3. Fiscalizar a manutenção pelo Contratado, das condições de habilitação exigidas no Termo de Referência, do cumprimento das exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, durante toda a execução do contrato, em atendimento ao disposto nos incisos XVI e XVII do artigo 92 da Lei nº 14.133/2021;

7.4. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato, fixando-lhe prazo para corrigir defeitos ou irregularidades encontradas na execução do serviço;

7.5. Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado;

7.6. Supervisionar e fiscalizar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA ou realizar cotação de preços junto a fornecedores;

7.7. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA. E pagar no vencimento a fatura apresentada pelo Contratado correspondente ao serviço prestado;

7.8. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

7.9. Fornecer à contratada relação de pessoas físicas ou jurídicas para a prestação de serviços ou fornecimento de bens demandados na execução do contrato.

7.10. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

7.11. Analisar as tabelas de preços dos veículos de comunicação apresentadas pela



CONTRATADA para fins de verificar o cumprimento do estabelecido no subitem 9.1. da Minuta Contrato.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Além das demais obrigações que lhe são atribuídas neste instrumento, competem à Contratada:

8.1. Executar de forma adequada os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob a sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade do (a) CONTRATANTE, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos em dia dos salários, inclusive os encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda, com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica;

8.2. Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, com a moral e os bons costumes.

8.3. Manter estrutura de atendimento na Cidade de Belo Horizonte compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados para o contratante.

8.4. Apresentar plano de avaliação dos resultados, planejamento de mídia e definição do impacto total desejado e de frequência de veiculação necessária de cada campanha.

8.5. Indicar, por escrito, dois representantes da área de atendimento e um representante da área de planejamento para, em seu nome, coordenarem a execução dos serviços, com poderes para deliberarem, simultaneamente, sobre todas as questões relacionadas a este contrato.

8.6. Utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços a serem prestados, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo(a) CONTRATANTE.

8.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais



junto a terceiros subcontratados e transferir ao contratante as vantagens obtidas, incluindo aquelas 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 por veículo de divulgação.

8.8. Submeter à aprovação prévia da Chefia de Comunicação Social do GP os trabalhos a serem executados, com os respectivos custos.

8.9. Após a finalização de cada campanha, conforme solicitação da CONTRATANTE, encaminhar arquivo digital para o (a) CONTRATANTE com a relação de peças produzidas, tais como: anúncios, spots, VTs e demais peças publicitárias em arquivos na extensão “pdf”, para materiais gráficos, e na extensão “mov”, para arquivos audiovisuais.

8.9.1. Sempre que solicitado pelo(a) CONTRATANTE, disponibilizar a matriz desbloqueada que permita a reprodução de materiais de caráter documental e institucional produzidos, sem ônus para o(a) CONTRATANTE.

8.10. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços e bens fornecidos, junto a pessoas físicas e jurídicas, observadas as disposições a seguir:

8.10.1. Apresentar no mínimo 03 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que as compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários;

8.10.2. No caso em que o valor do fornecimento de bens ou serviços for superior a 0,5% (cinco décimos percentuais) do valor global do contrato, a CONTRATADA deverá proceder à coleta de orçamentos em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização do(a) CONTRATANTE.

8.10.3. Apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

8.10.4. Apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, se não houver possibilidade de haver 03 (três) propostas;



- 8.10.5. Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado;
- 8.11. Os documentos citados no subitem 8.10 ficarão sob a responsabilidade da CONTRATADA e à disposição do(a) CONTRATANTE por um período mínimo de 5 (cinco) anos.
- 8.12. Submeter à subcontratação de outras empresas, observada a restrição prevista no subitem 1.3 deste contrato, para execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata este contrato, à prévia e expressa anuência do(a) CONTRATANTE, ressaltando-se que a CONTRATADA permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante o(a) CONTRATANTE.
- 8.12.1. Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.
- 8.12.2. A CONTRATADA somente poderá contratar pessoas físicas ou jurídicas que estejam cadastradas no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores – SUCAF – e apresentem regularidade fiscal junto à Fazenda Municipal, FGTS e INSS.
- 8.13. Orientar e acompanhar a produção, a impressão e a distribuição de peças gráficas (folhetos, cartazes, adesivos, cartilhas, mala direta e etc.) aprovadas pela Chefia de Comunicação Social do GP.
- 8.14. Orientar e acompanhar a produção e distribuição de peças audiovisuais (filmes, spots, novelinhas e etc.) aprovadas pela Chefia de Comunicação Social do GP.
- 8.15. Definir o material a ser utilizado na distribuição só após sua aprovação pela Chefia de Comunicação Social do GP.
- 8.16. Entregar ao (à) CONTRATANTE, conforme solicitação dele(a), para fins de controle do saldo contratual, relatório de controle dos gastos efetivamente realizados.
- 8.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do(a) CONTRATANTE, respeitadas



as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratadas.

8.18. Prestar esclarecimentos ao(à) CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

8.19. Não caucionar ou utilizar este contrato como garantia para qualquer operação financeira.

8.20. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

8.21. Cumprir a legislação trabalhista, securitária e previdenciária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

8.22. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

8.23. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

8.24. Apresentar, quando solicitado pelo(a) CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

8.25. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o(a) próprio(a) CONTRATANTE.

8.26. Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do(a) CONTRATANTE.



8.27. Responder perante o(a) CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços do objeto deste contrato.

8.28. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o(a) CONTRATANTE.

8.29. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste contrato.

8.30. Adotar as providências necessárias no sentido de preservar o(a) CONTRATANTE e de mantê-lo(a) a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, e providenciar o devido ressarcimento do pagamento de eventuais importâncias realizadas pelo (a) CONTRATANTE, dentro do prazo improrrogável de (10) dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo de ação judicial competente por parte do (a) CONTRATANTE.

8.31. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros, em especial com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

8.32. Transferir para o Município de Belo Horizonte os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto deste contrato, inclusive as peças publicitárias.

8.33. Atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento.

8.34. Efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros subcontratados até o prazo de 3 (dias) dias, após o efetivo pagamento pelo(a) CONTRATANTE.

8.35. Apresentar periodicamente as tabelas de preços em vigor dos veículos de comunicação.



8.36. Manter em compatibilidade com as obrigações assumidas todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital e seus anexos, em cumprimento ao disposto no Inciso II do artigo 92 da Lei nº 14.133/21.

8.37. A CONTRATADA deverá, durante o período de no mínimo 5 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

8.38. Apresentar ao(à) CONTRATANTE os custos e as despesas de veiculação, acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes.

8.39. A CONTRATADA somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do(a) CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele(a) expressamente autorizado(a).

8.40. Cumprir todas as obrigações constantes no Edital e seus anexos, assumindo exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto;

8.41. Efetuar a prestação do serviço conforme fixado no Edital e em seus anexos;

8.42. Providenciar a imediata correção das irregularidades apontadas pelo Contratante, quanto à prestação do serviço;

8.43. Garantir a boa qualidade do serviço prestado;

8.44. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133/2021;

8.45. Comunicar ao Contratante a ausência de produto necessário para a execução do serviço, apresentando a devida comprovação, tão logo tome ciência do fato que possa vir a comprometer o efetivo cumprimento da obrigação pelo Contratado caso futuramente demandado;



8.46. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação;

8.47. Comprovar, quando solicitado, a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas;

CLÁUSULA NONA – DA REMUNERAÇÃO

9.1. A remuneração da CONTRATADA dar-se-á na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei Federal nº 4.680/65 e Decreto Federal nº 57.690/66), obedecidos o desconto concedido na sua proposta de preços e, ainda, o seguinte:

9.1.1. percentual de desconto concedido ao (à) CONTRATANTE sob os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;

9.1.2. percentual de honorários incidente sob o custo efetivo de serviços realizados por terceiros subcontratados referentes à produção de programas, campanhas, peças e materiais publicitários, ressaltando que não poderá exceder a 15% (quinze por cento);

9.1.3. quando a responsabilidade da CONTRATADA limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA o percentual de honorários de 10% (dez por cento)

9.2. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo (a) CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação.

CLÁUSULA DÉCIMA – DO DESCONTO DE AGÊNCIA

10.1. Além da remuneração prevista na Cláusula nona, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº.



4.680/65, não podendo exceder a 20% (vinte por cento).

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DOS DIREITOS AUTORAIS

11.1. A CONTRATADA cede ao(à) CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência dos contratos a serem firmados.

11.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nos contratos.

11.3. O(A) CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência dos contratos e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhes caibam qualquer ônus perante as contratadas, seus empregados, prepostos ou subcontratados.

11.4. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA, mediante prévia definição do (a) CONTRATANTE, poderá solicitar de cada terceiro 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, um com cessão de direitos por tempo limitado e outro com cessão total e definitiva de tais direitos, para os contratantes.

11.4.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionarão a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pelos contratantes.

11.4.2. Quando o(a) CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros – para produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – cláusulas escritas que:

a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de



uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os arquivos magnéticos e os demais trabalhos assemelhados;

b) estabeleçam que o(a) CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência dos contratos e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhes caibam qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

c) qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

11.5. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

11.6. A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros subcontratados, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) que o (a) CONTRATANTE poderá solicitar cópias em pen drive ou HD de todo o material bruto produzido;

b) a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

c) que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

11.7. O(a) CONTRATANTE será o único e exclusivo proprietário dos resultados oriundos do cumprimento deste contrato, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

11.8. É garantido ao(à) CONTRATANTE o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA, ou a terceiros, antes da assinatura deste contrato.



11.9. É garantida ao(à) CONTRATANTE a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – ENTREGA E RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS

12.1. A entrega do serviço, que se dará sob demanda, será realizada no prazo fixado no documento que detalha a estimativa de custo (EC) e autorizações de publicação (AP), obrigando-se a CONTRATADA a manter a qualidade do serviço e as mesmas condições que a classificaram no processo licitatório.

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

12.3. Todos os produtos deverão primar pela qualidade, podendo ser recusados, a qualquer tempo, caso não atendam às especificações exigidas.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DO FATURAMENTO

13.1. A CONTRATADA deverá entregar o faturamento a(à) CONTRATANTE no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da data do recebimento da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor.

13.2. A Nota Fiscal/Fatura de quaisquer fornecedores será emitida em nome do(a) CONTRATANTE e entregue aos cuidados da CONTRATADA para faturamento, o que não significa ruptura da relação entre a CONTRATADA e seus fornecedores.

13.3. A CONTRATADA deverá discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura o nome e o número da NF/Fatura do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados e o período correspondente.

13.4. O faturamento deverá vir acompanhado:

13.4.1. Quando se tratar de veiculação:



- a) da Nota Fiscal/Fatura do veículo, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe de Comunicação Social;
- c) dos comprovantes de veiculação;
- d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes;
- e) de demonstração do valor devido ao veículo;
- f) da tabela de preços do veículo;
- g) da descrição dos descontos negociados;
- h) dos pedidos de inserção correspondentes.

13.4.2. Quando se tratar de produção:

- a) da Nota Fiscal/Fatura do prestador, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe de Comunicação Social;
- c) dos comprovantes da prestação de serviços;
- d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes.

13.4.3. Outros serviços realizados por terceiros (subcontratados):

- a) da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe de Comunicação Social;
- c) dos comprovantes da prestação de serviços/fornecimento;
- d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes.

13.5. Nenhuma despesa será paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores e subcontratados e sem a manifestação de aceitação da Chefia de Comunicação Social.

13.6. No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o(a) CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

13.6.1. Para TV, Cinema e Rádio, alternativamente:



- a) comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação;
- b) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome da peça veiculada, dia e horário da veiculação;

13.6.2. Mídia Exterior: fotos das peças com identificação do local de exibição.

13.6.3. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

13.6.4. Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

13.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o(a) CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

13.8. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

13.9. O(a) CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

13.10. O(a) CONTRATANTE não pagará, sem que tenham autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

13.11. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

13.12. A CONTRATADA apresentará ao(à) CONTRATANTE comprovante dos pagamentos realizados a terceiros subcontratados, até o dia 3 (três) dias após o pagamento.



13.13. O(a) CONTRATANTE contratantes efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pela CONTRATADA, inclusive por terceiros subcontratados, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da apresentação dos respectivos documentos legais ao (à) CONTRATANTE.

13.14. Caberá ao (à) CONTRATANTE, considerando o tempo necessário ao regular processamento da documentação, adequar os prazos de pagamento àqueles ajustados com os veículos de comunicação e terceiros fornecedores.

13.15. Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado no item 8.13, concedidos pelos veículos de comunicação e terceiros subcontratados fornecedores ou prestadores de serviço às contratadas, deverão ser repassados ao(à) CONTRATANTE.

13.16. Os pagamentos devidos aos veículos de comunicação poderão ser efetuados diretamente, a critério da Chefia de Comunicação Social.

13.17. A CONTRATADA obriga a efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros até o prazo de 3 (três) dias após o efetivo pagamento pelo(a) CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DO PAGAMENTO

14.1. O(A) CONTRATANTE efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pela CONTRATADA, inclusive por terceiros, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da apresentação dos respectivos documentos legais de cobrança.

14.2. Compete ao(à) CONTRATANTE, considerado o tempo necessário ao regular processamento da documentação, adequar os prazos de pagamento àqueles ajustados com os veículos de comunicação e terceiros fornecedores.

14.3. Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado nesta cláusula, concedidos



pelos veículos de comunicação e terceiros fornecedores ou prestadores de serviços à CONTRATADA, serão repassados ao(à) CONTRATANTE.

14.4. Os pagamentos devidos aos veículos de comunicação poderão ser efetuados diretamente, a critério da Chefia de Comunicação Social.

14.5. A CONTRATADA se obriga a efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros até o prazo de 3 (três) dias após o efetivo pagamento pelo(a) CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA FISCALIZAÇÃO

15.1. O(A) CONTRATANTE designará um servidor para acompanhar e fiscalizar a execução do Contrato, nos termos do §1º do artigo 117 da Lei nº. 14.133/21, que anotarará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução e determinará o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados.

15.2. Da mesma forma, a CONTRATADA deverá indicar um preposto para, se aceito pelo(a) CONTRATANTE, representá-la na execução do Contrato.

15.2.1. As decisões e providências que ultrapassem a competência do representante deverão ser solicitadas a seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

15.3. O(A) CONTRATANTE se reserva o direito de rejeitar, no todo ou em parte, os serviços prestados, se em desacordo com o presente contrato, o Edital e a legislação própria.

15.4. Quaisquer exigências da fiscalização, inerentes ao objeto deste Contrato, deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA, sem ônus para o (a) CONTRATANTE.

15.5. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao servidor responsável pela fiscalização verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

15.6. A fiscalização pelo(a) CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única,



integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

15.7. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Chefia de Comunicação Social.

15.8. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do(a) CONTRATANTE.

15.8.1. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, às suas expensas e nos prazos estipulados pelo(a) CONTRATANTE.

15.9. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus subcontratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

15.10. A ausência de comunicação por parte do(a) CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

15.11. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pelo (a) CONTRATANTE.

15.12. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do (a) CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao (à) CONTRATANTE.

15.13. Ao(À) CONTRATANTE é facultado(a) o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

16.1. A prática de atos ilícitos sujeita o Contratado à aplicação das seguintes sanções administrativas, na forma do Decreto nº 18.096/2021:



16.1.1. Advertência, quando o Contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

16.1.2. multas nos seguintes percentuais:

a) multa moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso na entrega-de material ou execução de serviços, recaindo o cálculo sobre o valor da parcela inadimplida até o limite de 30% (trinta por cento) do contrato ou do instrumento equivalente;

a.1. a multa moratória poderá ser aplicada mesmo nas hipóteses em que ocorrer a aceitação da prorrogação do prazo de entrega.

b) multa compensatória de até 3% (três por cento) sobre o valor de referência ao contratado que retardar o procedimento de contratação, descumprir preceito normativo ou obrigações assumidas, nos termos do art. 10 do Decreto Municipal nº 18.096/2022;

c) multa compensatória de até 5% (cinco por cento) sobre o valor da parcela inadimplida ao contratado que entregar o objeto contratual em desacordo com as especificações, condições e qualidade contratadas ou com irregularidades ou defeitos ocultos que o tornem impróprio para o fim a que se destina;

d) multa compensatória de até 30% (trinta por cento) do valor do contrato em razão do cometimento das infrações administrativas previstas no art. 3º do Decreto Municipal nº 18.096/2022.

16.1.2.1. As multas previstas acima serão fixadas considerando as atenuantes e agravantes presentes no caso concreto.

16.1.3. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do art. 3º do Decreto Municipal nº 18.096/2022, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

16.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nos incisos VIII, IX, X, XI e XII do art. 3º do Decreto Municipal nº 18.096/2022, bem como nos incisos II, III, IV, V, VI e VII do mesmo artigo, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção prevista no subitem acima.



16.2. As penalidades de advertência e multa serão aplicadas pelo Diretor competente.

16.3. A penalidade de impedimento de licitar e contratar será aplicada pelo Subsecretário Municipal ou ocupante de cargo equivalente, nos demais órgãos e entidades da administração direta ou indireta.

16.4. A penalidade de declaração de inidoneidade será aplicada pelo Secretário ou autoridade máxima da entidade, nos demais órgãos e entidades da administração direta ou indireta.

16.5. A notificada poderá apresentar defesa escrita, no prazo de 15 (quinze) dias, cujo termo inicial será:

- a) o primeiro dia após a confirmação do recebimento da notificação por e-mail;
- b) o primeiro dia após a juntada ao processo do Aviso de Recebimento da correspondência em que a notificação foi enviada;
- c) o primeiro dia após o fim do prazo indicado no § 3º do art. 44 do Decreto Municipal nº 18.096/2022, quando a notificação for publicada no DOM.

16.6. No caso de aplicação das penalidades de advertência, multa ou impedimento de licitar e contratar será concedido prazo de 15 (quinze) dias para apresentação de recurso a contar da publicação da decisão condenatória no DOM.

16.7. Da aplicação de sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar caberá apenas pedido de reconsideração, que deverá ser apresentado no prazo de 15 (quinze) dias, contado da data da publicação da decisão no DOM.

16.8. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

16.8.1. A multa moratória também poderá ser aplicada cumulativamente com as demais multas previstas.

16.9. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor de pagamento eventualmente devido pela administração ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença



poderá ser paga diretamente à administração, descontada da garantia prestada ou cobrada judicialmente.

16.9.1. A multa inadimplida poderá ser descontada de pagamento eventualmente devido pelo Contratante decorrente de outros contratos firmados com a administração municipal.

16.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA GARANTIA

17.1. A CONTRATADA deverá providenciar, previamente à assinatura do contrato, o recolhimento da garantia contratual no valor de R\$ _____, equivalendo ao percentual de 0,2% (dois décimos percentuais) do valor contratado, contado do início da vigência do presente contrato.

17.2. A CONTRATADA poderá optar por uma das seguintes modalidades:

- I - caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo estes ser emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;
- II - seguro garantia;
- III - fiança bancária.
- IV – título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

17.2.1. A opção pela modalidade de garantia será feita quando da convocação pelo(a) CONTRATANTE.

17.2.2. Caso seja feita opção pela modalidade caução em dinheiro, o recolhimento deverá ser obrigatoriamente no Banco do Brasil por meio da Conta nº 40.181-1 – Agência 1615-2.

17.3 A caução em dinheiro só será devolvida após o cumprimento total das obrigações contratuais.

17.4 A cobertura do seguro garantia vigorará até a extinção das obrigações do tomador, que



deverá efetuar o pagamento do respectivo prêmio por todo o período da garantia, independentemente do prazo de vigência indicado na apólice, conforme disposto no art. 3º, inciso I, da Circular SUSEP nº 232/03.

17.5 A garantia na forma de Fiança Bancária terá sua vigência até o cumprimento total das obrigações contratuais.

17.6 O(A) CONTRATANTE poderá utilizar, total ou parcialmente, da garantia exigida para ressarcir-se de multas estabelecidas no contrato.

17.7 O valor da garantia poderá ser utilizado total ou parcialmente para o pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, obrigando-se a CONTRATADA fazer a respectiva reposição no prazo máximo e improrrogável de 02 (dois) dias úteis, contado da data em que for notificada.

17.7.1. A garantia somente será liberada ou restituída após a execução de todas as obrigações contratuais e desde que não haja, no plano administrativo, pendência de qualquer reclamação a elas relativas.

17.8 As modalidades de seguro-garantia e de fiança bancária não podem trazer cláusulas restritivas do uso da garantia e nem de limitações de prazo para comunicado de sinistro, se for o caso.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA EXTINÇÃO / RESCISÃO

18.1. O presente contrato extinguir-se-á ao seu término, sem necessidade de qualquer notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, podendo, no entanto, ser rescindido a qualquer tempo.

18.2. O presente contrato poderá ser rescindido nas hipóteses previstas na legislação, desde que formalmente motivado nos autos do processo, assegurado o contraditório e a ampla defesa, bem como nas hipóteses de a Contratada:

18.2.1. infringir quaisquer das cláusulas ou condições do contrato;



18.2.2. transferir ou ceder o contrato a terceiros, no todo ou em parte;

18.2.3. entrar em regime de falência, dissolver-se ou extinguir-se;

18.2.4. recusar-se a receber qualquer ordem ou instrução para melhor execução deste contrato, insistindo em fazê-lo com imperícia ou desleixo;

18.2.5. deixar de executar o serviço, abandonando-o ou suspendendo-o por mais de 2 (dois) dias seguidos, salvo por motivo de força maior, desde que haja comunicação prévia e imediata ao Contratante;

18.2.6. agir com dolo, imperícia ou imprudência relativamente às obrigações contratuais;

18.2.7. deixar de comprovar o regular cumprimento de suas obrigações trabalhistas, tributárias e sociais;

18.2.8. ser declarada inidônea e/ou suspensa do direito de licitar ou contratar com a Administração Municipal;

18.2.9. subcontratar, ceder ou transferir, total ou parcialmente o objeto contratado, exceto na hipótese de serviço secundário que não integre a essência do objeto, desde que expressamente autorizada pelo Contratante, mantida em qualquer caso a integral responsabilidade da Contratada.

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

18.3. A rescisão do contrato poderá ser:

18.3.1. determinada por ato unilateral e escrito da Administração, nos casos enumerados no subitem anterior;

18.3.2. amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Administração;



18.3.3. judicial, nos termos da legislação;

CLÁUSULA DÉCIMA NONA: DA RESCISÃO POR INTERESSE PÚBLICO

19.1. Este contrato poderá ser rescindido com aviso prévio pela contratante de no mínimo 30 (trinta) dias através de comunicado formal à contratada, por ato unilateral devidamente justificado, quando o interesse público assim o exigir, sem indenização à Contratada, a não ser em caso de dano efetivo disso resultante.

CLÁUSULA VIGÉSIMA: DA PROTEÇÃO E TRANSMISSÃO DE INFORMAÇÃO, DADOS PESSOAIS E/OU BASE DE DADOS

20.1. A Contratada obriga-se ao dever de proteção, confidencialidade e sigilo de toda informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso, inclusive em razão de licenciamento ou da operação dos programas/sistemas, nos termos da Lei nº 13.709/2018, suas alterações e regulamentações posteriores, durante o cumprimento do objeto descrito no presente instrumento contratual.

20.1.1. A Contratada obriga-se a implementar medidas técnicas e administrativas suficientes visando a segurança, a proteção, a confidencialidade e o sigilo de toda a informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso a fim de evitar acessos não autorizados, acidentes, vazamentos acidentais ou ilícitos que causem destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer outra forma de tratamento não previstos.

20.1.2. A Contratada deve assegurar-se de que todos os seus colaboradores, consultores e/ou prestadores de serviços que, no exercício das suas atividades, tenham acesso e/ou conhecimento da informação e/ou dos dados pessoais, respeitem o dever de proteção, confidencialidade e sigilo.

20.1.3. A Contratada não poderá utilizar-se de informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso, para fins distintos ao cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

20.1.4. A Contratada não poderá disponibilizar e/ou transmitir a terceiros, sem prévia



autorização escrita, informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha acesso em razão do cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

20.1.4.1. A Contratada obriga-se a fornecer informação, dados pessoais e/ou base de dados estritamente necessários caso quando da transmissão autorizada a terceiros durante o cumprimento do objeto descrito neste instrumento contratual.

20.1.5. A Contratada fica obrigada a devolver todos os documentos, registros e cópias que contenham informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha tido acesso durante a execução do cumprimento do objeto deste instrumento contratual no prazo de 30 (trinta) dias corridos contados da rescisão contratual, restando autorizada a conservação apenas nas hipóteses legalmente previstas.

20.1.5.1. À Contratada não será permitido deter cópias ou backups, informação, dados pessoais e/ou base de dados a que tenha tido acesso durante a execução do cumprimento do objeto deste instrumento contratual.

20.1.5.1.1. A Contratada deverá eliminar os dados pessoais a que tiver conhecimento ou posse em razão do cumprimento do objeto deste instrumento contratual tão logo não haja necessidade de realizar seu tratamento.

20.1.6. A Contratada deverá notificar, imediatamente, a Contratante no caso de vazamento, perda parcial ou total de informação, dados pessoais e/ou base de dados.

20.1.6.1. A notificação não eximirá a Contratada das obrigações e/ou sanções que possam incidir em razão da perda de informação, dados pessoais e/ou base de dados.

20.1.6.2. A Contratada que descumprir nos termos da Lei nº 13.709/2018 suas alterações e regulamentações posteriores, durante ou após a execução do objeto descrito no presente instrumento contratual fica obrigado a assumir total responsabilidade e ao ressarcimento por todo e qualquer dano e/ou prejuízo sofrido, incluindo sanções aplicadas pela autoridade competente.

20.1.7. A Contratada fica obrigado a manter preposto para comunicação com o Contratante para os assuntos pertinentes à Lei nº 13.709/2018 suas alterações e regulamentações



posteriores.

20.1.8. O dever de sigilo e confidencialidade, e as demais obrigações descritas na presente cláusula, permanecerão em vigor após a extinção das relações entre a Contratada e o Contratante, bem como, entre a Contratada e os seus colaboradores, subcontratados, consultores e/ou prestadores de serviços sob pena das sanções previstas na Lei nº 13.709/2018, suas alterações e regulamentações posteriores, salvo decisão judicial contrária.

20.1.9. O não cumprimento de quaisquer das obrigações descritas nesta cláusula sujeitará a Contratada a processo administrativo para apuração de responsabilidade e, consequente, sanção, sem prejuízo de outras cominações cíveis e penais.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA: DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1. A Contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme previsto nos art. 124 e 125 da Lei n.º 14.133/21.

21.2. A tolerância do Contratante com qualquer atraso ou inadimplência por parte da Contratada, não importará de forma alguma em alteração ou novação.

21.3. A Contratada não poderá caucionar ou utilizar o contrato para qualquer operação financeira.

21.4. Constituem ônus de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA todos os encargos tributários, obrigações trabalhistas e previdenciários decorrentes da execução do presente contrato.

21.5. A CONTRATADA obriga-se, durante a vigência do contrato, à manutenção da habilitação requerida para participação no processo licitatório.

21.6. Ressalvados os trabalhos que pela sua natureza reclamem a execução por terceiros, a CONTRATADA obriga-se a não subcontratar os serviços objeto do presente contrato.

21.7. Pertencem ao(à) CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra e 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 por veículo de divulgação;

21.8. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivos, eventualmente concedidos por veículo de divulgação, aos interesses do(a) CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com as pesquisas e dados técnicos comprovado sob pena de aplicação da penalidade de suspensão temporária para licitar ou contratar com o Município de Belo Horizonte, assegurada a ampla e prévia defesa.

CLÁUSULA VIGÉSIMA SEGUNDA: DA PUBLICAÇÃO

22.1. A publicação do extrato do presente contrato no Diário Oficial do Município – DOM – e no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) correrá por conta e ônus da Administração Municipal.

CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA: DOS ANEXOS

23.1. Vincula-se ao presente contrato a proposta da Contratada, nos termos do art. 92, inciso I, da Lei 14.133/21 e são anexos ao presente instrumento e dele fazem parte integrante:

23.1.1. Anexo I – Projeto Básico;

23.1.2. Anexo II – Modelo de Procuração.

23.1.3. Anexo III - Termo de Referência

CLÁUSULA VIGÉSIMA QUARTA: DO FORO

24.1. Fica eleito o foro da Comarca de Belo Horizonte, renunciando-se a qualquer outro por mais privilegiado que seja, para dirimir qualquer dúvida ou pendência oriunda do presente instrumento.

E por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente contrato, em 3 (três) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo:

Belo Horizonte, de de



CONTRATADA

CONTRATANTE

**ANEXO VIII – INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES -
(PERGUNTAS FREQUENTES EM LICITAÇÕES ANTERIORES DA PBH)**

PERGUNTA 01:

O item “11. DA PROPOSTA DE PREÇOS” determina que “As Propostas de Preços dos licitantes classificados deverão conter os seguintes elementos”:

“11.3. Que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato serão de responsabilidade do LICITANTE que vier a ser contratado” (pag. 34)

Porém, no texto do ANEXO V, não está prevista esta exigência:

“O preço proposto contempla todas as despesas necessárias à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.”

Como proceder?

RESPOSTA: O texto dos itens 11.3 (DA PROPOSTA DE PREÇOS) e do Anexo V (PROPOSTA DE PREÇOS

SUJEITOS A VALORAÇÃO) não se contradizem, se complementam. Os dois devem ser considerados para fins de elaboração da proposta.

PERGUNTA 02:

Os itens 8.2.3. Portfólio e 8.2.4 Cases determinam que “As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 420 x 297mm (formato A3).”

Pode-se encadernar as pranchas de portfólio e cases para organizar melhor a forma da apresentação?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 03:

Até que dia será permitido às agências participantes enviar PERGUNTAS sobre o edital?

RESPOSTA: Esclarecimentos adicionais relativos ao texto deste Edital, quando envolverem interpretação sobre o preciso entendimento do que nele contém, poderão ser obtidos junto à Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças da Secretaria Municipal de Relações Institucionais, por intermédio do endereço eletrônico comissaoespecialdelicitacao.publicidade2026@pbh.gov.br, que encaminhará os pedidos à Comissão Especial de Licitação, desde que solicitados até 3 (três)



dias úteis antes da data marcada para o recebimento dos INVÓLUCROS. O inteiro teor do pedido formulado, bem como da respectiva resposta, será publicado no site oficial da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte – <https://prefeitura.pbh.gov.br/transparencia>, acessando o *link* Licitações.

PERGUNTA 04:

Para apresentação das peças de campanha, o Edital cita: “... acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros, *storyboards*, monstros) de peças de campanha...”.

Como as peças eletrônicas serão entregues em *pen-drive* sem identificação, será permitida a colocação na mesma prancha, juntos, o *storyboard* e o “monstro” e será contabilizado como apenas uma peça. Para o caso do rádio, pode-se também colocar juntos na mesma prancha o roteiro spot e o “monstro” e também será contabilizado apenas como uma peça?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 05:

Item 8.2.4. *Cases* - Pode-se considerar o *videocase* da campanha como uma das cinco peças permitidas pelo edital?

RESPOSTA: Não. Não serão admitidos *videocases*, apenas apresentação textual e as 5 (cinco) peças anexas, conforme item 8.2.4 do Edital de Concorrência 01/2022.

PERGUNTA 06:

Nas planilhas e quadro resumo da campanha deve-se considerar apenas os custos de veiculação (mídia) e produção ou apresenta-se também os valores referentes aos custos de criação?

RESPOSTA: Nas planilhas e quadro resumo da campanha deve-se **considerar apenas** os custos de veiculação (mídia) e produção.

PERGUNTA 07:

No item 8.2.3 (Portfólio), pede-se que os filmes, spots e jingles sejam apresentados em pen drive. Podemos colocar todas as peças num único pen drive, ou é necessário separar um pen drive para os filmes e um pen drive para os spots?

RESPOSTA: Todas as peças podem ser colocadas em um único pen drive desde que elas estejam devidamente identificadas/nomeadas

PERGUNTA 08:

No item 8.2.4 (Cases), pede-se que as peças eletrônicas sejam apresentadas em pen drive. Pode-se



colocá-las no mesmo pen drive do item 8.2.3 (Portfólio) ou é necessário separar um pen drive para Portfólio e um pen drive para Cases?

RESPOSTA: Todas as peças podem ser colocadas em um único pen drive desde que elas estejam devidamente identificadas/nomeadas.

PERGUNTA 09:

Sobre o Item 8.2.4. Cases, deve-se apresentar 5 peças para cada um dos 2 cases, ou seja, 10 peças no total?

RESPOSTA: Não. Conforme Item 8.2.4. do Edital, deverão ser apresentadas 5 (cinco) peças, no máximo, para cada um dos 2 cases, ou seja, 10 (dez) peças, no máximo, no total.

PERGUNTA 10:

Sobre o item 8.2.3. Portfólio: podem ser apresentados videocases como peças?

RESPOSTA: Não.

PERGUNTA 11:

As peças poderão ser apresentadas aplicadas ou apenas a arte?

RESPOSTA: Para fins do edital, ambas as opções serão aceitas.

PERGUNTA 12:

Item 8.1.6.3 Ideia Criativa, “Para fins de cômputo dos exemplos de peças que podem ser apresentadas, até o limite de 20 (vinte) peças, determinado anteriormente, devem ser observadas as seguintes regras: a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças”. Está correto o entendimento de que as licitantes poderão materializar 20 peças em resposta ao item 8.1.6.3. Ideia Criativa, porém, na estratégia de comunicação poderão descrever outras peças e ações de mídia e não mídia? A título de exemplo, uma campanha no Google display, necessita de diversos formatos para obter a performance desejada. A grande maioria dos veículos impressos, de um mesmo meio, possuem formatos variados.

RESPOSTA: Não está correto o entendimento.

PERGUNTA 13:

O que a Comissão Especial de licitação entende por "reduções e variações"? Por exemplo, um anúncio de jornal de 1 página, no Estado de Minas, tem formato de 29,7 x 52cm e no Jornal Super tem 25 x 36,5cm. Esses dois formatos serão contabilizados como duas peças, e por consequência



deverão ser apresentadas em duas pranchas?

RESPOSTA: Um anúncio de uma página de jornal é contabilizado como uma peça. As "variações de tamanho" em função das medidas do jornal não serão consideradas novas peças. Sendo assim, o mesmo anúncio de uma página com veiculação no jornal Estado de Minas e no jornal Super, será considerado uma peça e pode ser apresentado em uma única prancha.

Entretanto, se o mesmo anúncio for proposto na variação/redução para meia página de jornal, será contabilizado como uma nova peça (mudou o formato de uma página para meia página) e deverá ser apresentado em uma nova prancha. Entretanto, do mesmo jeito, as suas "variações de tamanho", em função das medidas dos jornais não serão computadas como novas peças.

PERGUNTA 14:

O item 5.4.1.2 orienta que devemos usar o Invólucro padronizado no 1, conforme descrito abaixo: "A Comissão Especial de Licitação só aceitará o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado no. 1 fornecido obrigatoriamente pelo Município de Belo Horizonte a pedido formal do LICITANTE interessado na presente licitação." No caso da LICITANTE, receber mais de um invólucro padronizado no. 1., é obrigatório o uso dos invólucros na quantidade recebida ou fica à critério do LICITANTE, de acordo com a necessidade e o volume do material a ser apresentado?



TERMO DE REFERÊNCIA GP 017/2026

UNIDADE REQUISITANTE: CHEFIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/GABINETE DO PREFEITO

RESPONSÁVEL PELA EMISSÃO: Giuliano Magela Fonseca Panizza - BM 327.528-9

AMPLA PARTICIPAÇÃO SEM O TRATAMENTO DIFERENCIADO PREVISTO NA LC 123/06, NOS TERMOS DO § 1º DO ART. 4º DA LEI 14.133/2021

1. OBJETO E CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. O presente Termo de Referência tem por objeto a contratação de empresa especializada para a prestação de serviços de publicidade à Administração Direta do Município de Belo Horizonte, às autarquias e fundações, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral, em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei Federal nº 12.232/2010 e a Lei Federal nº 14.133/2021, conforme condições, especificações técnicas, exigências e quantitativos constantes neste instrumento e seus anexos.

1.1.1. Os serviços, objeto desta licitação, serão adjudicados à primeira classificada, na ordem decrescente de pontuação, correspondente ao item único, definido guardando relação com as Áreas de Resultado e os respectivos Projetos Estratégicos e Transformadores do Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2026-2029.

Item 1 – Adjudicado à primeira classificada:

Campanhas de Publicidade e Peças para a Administração Direta, autarquias e fundações do Município de Belo Horizonte.

Valor: R\$ 55.000.000,00 (cinquenta e cinco milhões de reais).



Nº	ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CÓDIGO GRP	CATSER	UNIDADE	QUANTIDADE
1	SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, CONFORME ESPECIFICAÇÃO ANEXA.	92843	892	PREÇO GLOBAL	1

* O NÚMERO CATSER É APENAS PARA REFERÊNCIA, UMA APROXIMAÇÃO, PREVALACE AS ESPECIFICAÇÕES E DESCRITIVO DO CÓDIGO GRP.

1.2. Os serviços objeto desta contratação serão licitados por item.

1.3. Os serviços a serem contratados não foram parcelados, tendo em vista que contratos desmembrados podem ocasionar transtornos para a Administração do Município de Belo Horizonte. Nesse contexto, consideram-se transtornos relacionados à morosidade e ao fato de que, no momento da sua execução, possam haver relações de dependência entre as empresas contratadas e um aumento de custos, comprometendo o seu resultado final. Isto posto, o Gabinete do Prefeito planeja que, por meio da execução centralizada do objeto em um mesmo contrato, a empresa com a melhor proposta terá condições de diluir e reduzir os custos, sem prejuízo ao erário e à qualidade pretendida. Tal diluição e redução de custos traz benefícios diretos ao planejamento municipal e aos cofres públicos, além de proporcionar novas possibilidades e melhores investimentos.

1.4. Da Contratação:

1.4.1. A contratação do objeto licitado após a adjudicação e homologação da concorrência será efetivada mediante formalização de contrato, nos termos da minuta que será parte integrante do Edital.

1.4.1.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (meses) contados da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado **até a vigência máxima de 10 anos**, na forma dos arts. 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021, por se tratar de serviço continuado.

1.4.1.1.1. O serviço é enquadrado como continuado tendo em vista que consta no Plano Plurianual do Município de Belo Horizonte e sua vigência plurianual é considerada mais vantajosa tendo em vista o incremento de conhecimento e desenvolvimento de estratégias na execução do serviço, conforme Estudo Técnico Preliminar.



1.4.2. Para assinatura do contrato a Adjudicatária deverá estar devidamente cadastrada no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores do Município de Belo Horizonte – SUCAF e comprovar a manutenção das condições de regularidade demonstradas para habilitação.

1.4.2.1. Se a Adjudicatária não for cadastrada no SUCAF, ou se houver pendências no cadastro, a empresa deverá requerer o seu cadastro ou a sua regularização e informar o número do protocolo para a Gerência de Planejamento, Orçamento e Finanças do Gabinete do Prefeito no prazo máximo de até 2 (dois) dias úteis contados a partir da convocação do Órgão.

1.4.2.1.1. O documento constando o número do protocolo deverá ser encaminhado para o seguinte e-mail: glogigo@pbh.gov.br.

1.4.2.2. O procedimento e a documentação necessária para cadastro ou regularização no SUCAF estão disponíveis no endereço eletrônico <https://prefeitura.pbh.gov.br/transparencia/sucaf>.

1.4.2.3. O cadastro regular deverá ser apresentado no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos contados a partir da convocação citada no subitem 1.4.2.1, podendo ser prorrogado mediante solicitação da Adjudicatária, devidamente justificada.

1.4.2.4. Na hipótese de a Adjudicatária não apresentar o cadastro do SUCAF no prazo previsto no subitem anterior, poderá a administração restaurar a sessão pública e convocar os licitantes remanescentes, segundo a ordem classificatória, para negociação.

1.4.3. A Adjudicatária deverá assinar o contrato dentro do prazo de 05 (cinco) dias contados da respectiva convocação.

1.4.3.1. O prazo estipulado poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela adjudicatária durante o seu transcurso, desde que ocorra motivo justificado e aceito pela Administração.

1.4.3.2. A recusa em formalizar o ajuste, no prazo estabelecido no subitem 1.4.3, sem justificativa por escrito e aceita pela autoridade competente, bem como a não manutenção



de todas as condições exigidas na habilitação, sujeitará a licitante vencedora às penalidades cabíveis.

1.4.4. O contrato, se necessário, será reajustado mediante iniciativa do Contratado, desde que observados o interregno mínimo de 1 (um) ano, com data-base vinculada à data da proposta, tendo como base a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IPCA/IBGE).

1.4.5. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da Contratação e reajuste de preços.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. Justifica-se a contratação da seguinte forma: A contratação de agência especializada em publicidade mostra-se necessária para assegurar o planejamento, a criação, a execução e a divulgação de ações de comunicação social de interesse público, garantindo o cumprimento do princípio constitucional da publicidade, bem como o direito à informação da população.

As ações de comunicação desenvolvidas pelo Município de Belo Horizonte têm caráter educativo, informativo, de orientação social e de utilidade pública, sendo essenciais para a divulgação de políticas públicas, programas, serviços, campanhas institucionais e orientações à sociedade.

A complexidade técnica dos serviços de publicidade, que envolvem planejamento estratégico, criação, produção, contratação e acompanhamento de veiculação em diversos meios, demanda a atuação de empresa especializada, devidamente estruturada e com capacidade técnica comprovada.

A contratação por meio de licitação do tipo técnica e preço assegura a seleção da proposta mais vantajosa à Administração, considerando simultaneamente a qualidade técnica das soluções apresentadas e a economicidade da proposta financeira.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO:



3.1. O serviço objeto do presente Termo de Referência prevê a contratação de agência especializada em publicidade mostra-se necessária para assegurar o planejamento, a criação, a execução e a divulgação de ações de comunicação social de interesse público, garantindo o cumprimento do princípio constitucional da publicidade, bem como o direito à informação da população.

As ações de comunicação desenvolvidas pelo Município de Belo Horizonte têm caráter educativo, informativo, de orientação social e de utilidade pública, sendo essenciais para a divulgação de políticas públicas, programas, serviços, campanhas institucionais e orientações à sociedade.

A complexidade técnica dos serviços de publicidade, que envolvem planejamento estratégico, criação, produção, contratação e acompanhamento de veiculação em diversos meios, demanda a atuação de empresa especializada, devidamente estruturada e com capacidade técnica comprovada.

A contratação por meio de licitação do tipo técnica e preço assegura a seleção da proposta mais vantajosa à Administração, considerando simultaneamente a qualidade técnica das soluções apresentadas e a economicidade da proposta financeira.

Consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas de forma integrada que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, bem como a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio constitucional da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

Poderão ser incluídos, como atividades complementares aos serviços de publicidade contratados, os serviços especializados pertinentes:

- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010;
- à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;



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

É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades estranhas ao objeto desta licitação, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação institucional, relações públicas ou aquelas que tenham por finalidade a realização ou o patrocínio de eventos festivos de qualquer natureza.

Os serviços abrangem ações de publicidade de utilidade pública, relativas a todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Belo Horizonte.

Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de orientação social ou de utilidade pública, deles não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, em observância ao §1º do art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e ao art. 28 da Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte.

O público prioritário das campanhas e ações publicitárias a serem empreendidas é a população do Município de Belo Horizonte.

Poderão também ser alcançados por campanhas e ações publicitárias outros públicos que se constituam de interesse da Administração Municipal, em razão do potencial que representem para o desenvolvimento do Município, seja sob os aspectos econômicos, culturais, turísticos ou sociais, além de segmentos institucionais relevantes para a adequada difusão das informações públicas e outras associações representativas de segmentos diversos da sociedade.

Todos os direitos autorais patrimoniais relativos aos produtos de comunicação e demais materiais abrangidos pelo objeto desta licitação, inclusive as peças publicitárias, pertencerão ao Município de Belo Horizonte, na forma da legislação vigente.

Os serviços, objeto desta licitação, serão adjudicados à licitante classificada em primeiro lugar, na ordem decrescente de pontuação, correspondendo a item único, definido em consonância com as Áreas de Resultado e os respectivos Projetos Estratégicos e Transformadores do Plano Plurianual de Ação Governamental – PPAG 2026–2029.



4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1. Da vistoria

4.1.1. Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução do serviço.

4.2. Intermediação

4.2.1. É admitida a intermediação parcial do objeto, nas seguintes condições:

4.2.1.1. É vedada a subcontratação completa ou da parcela principal do objeto da contratação, a qual consiste em: conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

4.2.1.2. A intermediação fica limitada às atividades complementares aos serviços de publicidade contratados, sendo os serviços especializados pertinentes:

4.2.1.2.1. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei Federal nº 12.232/2010;

4.2.1.2.2. à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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



4.2.1.3. A intermediação depende de autorização prévia do Contratante, a quem incumbe avaliar se o intermediado cumpre os requisitos de qualificação técnica necessários para a execução do objeto.

4.2.1.3.1. O Contratado apresentará à Administração documentação que comprove a capacidade técnica do intermediado, que será avaliada e juntada aos autos do processo correspondente.

4.2.2. Em qualquer hipótese de intermediação, permanece a responsabilidade integral do intermediado pela perfeita execução contratual, cabendo-lhe realizar a supervisão e coordenação das atividades do intermediado, bem como responder perante o Contratante pelo rigoroso cumprimento das obrigações contratuais correspondentes ao objeto da intermediação.

4.2.3. É vedada a intermediação de pessoa física ou jurídica, se aquela ou os dirigentes e empregados desta mantiverem vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade Contratante ou com agente público que desempenhe função na contratação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou se deles forem cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral, ou por afinidade, até o terceiro grau.

4.3. Da participação de consórcios:

4.3.1. Não será permitida a participação de empresas reunidas em consórcio, devido aos seguintes motivos:

4.3.1.1. O serviço de publicidade é de natureza predominantemente intelectual, que exige a integração de planejamento, criação e execução sob uma mesma diretriz estratégica. A fragmentação dessa responsabilidade entre empresas distintas, reunidas em consórcio, poderia comprometer a unidade da comunicação institucional do Município.

4.3.1.2. A prestação de serviços exige uma estrutura de atendimento e uma identidade criativa coesa, um dos motivos pelo qual estamos mudando o edital atual que abrange dois lotes, com agências distintas, para apenas uma empresa. A permissão de consórcios poderia

resultar em dificuldade na apuração de responsabilidades por falhas técnicas ou éticas na execução das campanhas.

4.3.1.3. O mercado de agências de publicidade em Belo Horizonte e região metropolitana é extremamente vasto e maduro. Existe um grande número de empresas de porte variado capazes de atender isoladamente às exigências do edital. Portanto, a vedação ao consórcio não restringe o caráter competitivo do certame, mas assegura que a contratada possua a robustez técnica e organizacional necessária de forma centralizada.

4.4. Garantia Contratual

4.4.1. Exigir-se-á da adjudicatária, previamente à assinatura do contrato, a prestação **de garantia no percentual de 0,2% (dois décimos percentuais)** do valor global/anual contratado, podendo optar por uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021.

4.4.1.1. A opção pela modalidade de garantia será feita quando da convocação pela Administração Municipal.

4.4.1.2. Caso seja feita opção pela modalidade caução em dinheiro, a mesma deverá ser recolhida obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal (Banco 104) através da Conta Nº 71096-9 (Operação 006) – Agência 0093-0.

4.4.1.3. Caso seja feita opção pela modalidade de seguro garantia, a adjudicatária terá o prazo de 30 (trinta) dias, da data da homologação da licitação e antes da assinatura do contrato, para apresentar a garantia ao Contratante.

4.4.1.4. Caso seja feita opção pela modalidade de fiança bancária, esta deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil.

4.4.1.5. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes deverão ser emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil – BCB -, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Economia.



4.4.1.5.1. A garantia prevista acima deverá ser efetuada em banco público controlado pela União.

4.4.1.5.2. A fim de comprovar o valor econômico do título, o Contratado deverá apresentar a correspondente memória de cálculo, bem como a previsão legal da Secretaria do Tesouro Nacional – STN – ou equivalente.

4.4.1.5.3. Na hipótese de vencimento do título, a garantia deverá ser substituída, facultando-se ao Contratado a escolha de uma nova modalidade dentre as previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021.

4.4.1.6. Caso a opção seja por utilizar o título de capitalização, este deverá ser comercializado pelas sociedades de capitalização regularmente autorizadas a operar pela Superintendência de Seguros Privados – Susep.

4.4.1.6.1. O título poderá ser na modalidade instrumento de garantia, disciplinada pela Resolução nº 384 do Conselho Nacional de Seguros Privados – CNSP –, de 9 de junho de 2020, ou pela que vier a lhe substituir.

4.4.1.6.2. Em caso de quebra do contrato principal, o título deve possibilitar ao cessionário o resgate, a qualquer tempo, do valor total garantido em contrato enquanto durar sua vigência.

4.4.1.6.3. O título deverá conter cláusula que assegure o pagamento à administração pública em caso de inadimplência do Contratado.

4.4.1.6.4. Na ficha de cadastro deverá constar em destaque a mensagem: “Este título será utilizado exclusivamente para assegurar o cumprimento de obrigação assumida, em contrato principal, pelo titular perante terceiro”.

4.4.2. O instrumento de garantia deverá ter prazo de vigência, no mínimo, igual ao do contrato principal a que se refere, devendo acompanhar as modificações relativas à vigência deste.



4.4.2.1. Nas contratações de obras e serviços de engenharia, o prazo de vigência tratado acima deverá ser, no mínimo, 180 (cento e oitenta) dias superior ao do instrumento a que se refere.

4.4.2.2. O prazo de vigência da apólice do seguro-garantia acompanhará as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso ou de nova apólice pela seguradora.

4.4.2.2.1. O seguro-garantia continuará em vigor mesmo se o contratado não tiver pago o prêmio nas datas convencionadas.

4.4.3. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

- a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- b) multas moratórias e punitivas aplicadas pelo Contratante ao Contratado; e
- c) obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e para com o FGTS, não adimplidas pelo Contratado, quando couber.

4.4.3.1. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem acima, observada a legislação que rege a matéria.

4.4.4. Nos casos de contratos que impliquem a entrega de bens pela Administração, dos quais o Contratado ficará depositário, o valor desses bens deverá ser acrescido ao valor da garantia.

4.4.5. Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento da Administração, o Contratado ficará desobrigado de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pela Administração.

4.4.6. Deverão ser destacados e especificados no instrumento de garantia os valores e vigências das cláusulas referentes a riscos, no caso em que o contrato contemplar matriz de riscos.



4.4.7. A garantia oferecida poderá ser substituída por outra de modalidade diferente em virtude de mudança de seguradora ou instituição bancária, acréscimo ou redução do valor previsto no contrato, bem como no caso prorrogação;

4.4.7.1. A substituição deverá ser autorizada pelo Contratante e conterà os dados necessários da garantia a ser substituída;

4.4.7.2. No caso da substituição da garantia contratual prestada na modalidade caução, o processo de devolução deverá ser aberto a pedido do Contratado.

4.4.8. Nos casos de aditamento do contrato com alteração de valor e/ou prorrogação de vigência, o Contratado entregará ao Contratante a comprovação do recolhimento da garantia, de acordo com a modalidade escolhida, antes da assinatura do aditamento e/ou do início da prorrogação.

4.4.8.1. No aditamento do valor contratual, a garantia apresentada pelo Contratado deverá contemplar o valor original acrescido dos reforços.

4.4.8.2. Nos casos de prorrogação de vigência em que também haja aditamento no valor contratual, deve-se considerar, para fins de comprovação do recolhimento da garantia, o prazo anterior à assinatura do aditamento.

4.4.9. Nos contratos de execução continuada ou de fornecimento contínuo de bens e serviços, será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as mesmas condições e coberturas da apólice vigente e desde que nenhum período fique descoberto, ressalvado o disposto no subitem 4.4.5.

4.4.10. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, contados da data em que for notificada.

4.4.11. A garantia prestada pelo Contratado será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após sua extinção por culpa exclusiva do Contratante.



4.4.11.1. A devolução da caução em dinheiro será realizada mediante depósito em conta bancária, com correção monetária, até o mês da disponibilização, pelos índices oficiais adotados para atualização dos débitos com a Fazenda Pública Municipal.

4.4.11.2. É responsabilidade exclusiva do contratado solicitar a restituição da caução em dinheiro, respeitado o prazo prescricional de 5 (cinco) anos.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

5.1. Regime de execução: EMPREITADA POR PREÇO GLOBAL.

5.2. Os serviços a serem executados de forma contínua, conforme demanda da Administração, mediante solicitação formal do órgão contratante.

5.2. As especificações, condições, prazos e locais para execução do objeto e o Briefing encontram-se no Anexo I – Projeto Básico.

6. GESTÃO DO CONTRATO

6.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133/2021 e do Decreto nº 18.324/2023, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e o Contratado devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para reunião presencial para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato e alinhamentos destinados a execução adequada do contrato. O prazo máximo para realização da reunião é de 2 dias úteis após a convocação formal.



6.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução do Contratado, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

6.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelo(s) respectivo(s) substituto(s), na forma do Decreto Municipal nº 18.324/2023 e do artigo 117 da Lei nº 14.133/2021.

7. CRITÉRIOS DE RECEBIMENTO/MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

7.1. Recebimento do Objeto:

7.1.1. A entrega do serviço, que se dará sob demanda, será realizada no prazo fixado no documento que detalha a estimativa de custo (EC) e autorizações de publicação (AP), obrigando-se a CONTRATADA a manter a qualidade do serviço e as mesmas condições que a classificaram no processo licitatório.

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

7.1.3. Todos os produtos deverão primar pela qualidade, podendo ser recusados, a qualquer tempo, caso não atendam às especificações exigidas.

7.2. Faturamento

7.2.1. A CONTRATADA deverá entregar o faturamento a(à) CONTRATANTE no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da data do recebimento da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor.

7.2.2. A Nota Fiscal/Fatura de quaisquer fornecedores será emitida em nome do(a) CONTRATANTE e entregue aos cuidados da CONTRATADA para faturamento, o que não significa ruptura da relação entre a CONTRATADA e seus fornecedores.



7.2.3. A CONTRATADA deverá discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura o nome e o número da NF/Fatura do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados e o período correspondente.

7.2.4. O faturamento deverá vir acompanhado:

7.2.4.1. Quando se tratar de veiculação:

- a) da Nota Fiscal/Fatura do veículo, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe de Comunicação Social;
- c) dos comprovantes de veiculação;
- d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes;
- e) de demonstração do valor devido ao veículo;
- f) da tabela de preços do veículo;
- g) da descrição dos descontos negociados;
- h) dos pedidos de inserção correspondentes.

7.2.4.2. Quando se tratar de produção:

- a) da Nota Fiscal/Fatura do prestador, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe de Comunicação Social;
- c) dos comprovantes da prestação de serviços;
- d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes.

7.2.4.3. Outros serviços realizados por terceiros (subcontratados):

- a) da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo Chefe de Comunicação Social;
- c) dos comprovantes da prestação de serviços/fornecimento;
- d) de quaisquer documentos solicitados pelos contratantes.



7.2.5. Nenhuma despesa será paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores e subcontratados e sem a manifestação de aceitação da Chefia de Comunicação Social.

7.2.6. No tocante à veiculação, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para o(a) CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

7.2.6.1. Para TV, Cinema e Rádio, alternativamente:

- a) comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação;
- b) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, na qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome da peça veiculada, dia e horário da veiculação;

7.2.6.2. Mídia Exterior: fotos das peças com identificação do local de exibição.

7.2.6.3. Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

7.2.6.4. Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

7.2.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o(a) CONTRATANTE, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

7.2.8. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

7.2.9. O(a) CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes do contrato.

7.2.10. O(a) CONTRATANTE não pagará, sem que tenham autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

7.2.11. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

7.2.12. A CONTRATADA apresentará ao(à) CONTRATANTE comprovante dos pagamentos realizados a terceiros subcontratados, até o dia 3 (três) dias após o pagamento.

7.2.13. O(a) CONTRATANTE contratantes efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pela CONTRATADA, inclusive por terceiros subcontratados, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da apresentação dos respectivos documentos legais ao (à) CONTRATANTE.

7.2.14. Caberá ao (à) CONTRATANTE, considerando o tempo necessário ao regular processamento da documentação, adequar os prazos de pagamento àqueles ajustados com os veículos de comunicação e terceiros fornecedores.

7.2.15. Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado no item 8.13, concedidos pelos veículos de comunicação e terceiros subcontratados fornecedores ou prestadores de serviço às contratadas, deverão ser repassados ao(à) CONTRATANTE.

7.2.16. Os pagamentos devidos aos veículos de comunicação poderão ser efetuados diretamente, a critério da Chefia de Comunicação Social.

7.2.17. A CONTRATADA obriga a efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros até o prazo de 3 (três) dias após o efetivo pagamento pelo(a) CONTRATANTE.

7.3. Pagamento

7.3.1. O(A) CONTRATANTE efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços



executados pela CONTRATADA, inclusive por terceiros, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados a partir da apresentação dos respectivos documentos legais de cobrança.

7.3.2. Compete ao(à) CONTRATANTE, considerado o tempo necessário ao regular processamento da documentação, adequar os prazos de pagamento àqueles ajustados com os veículos de comunicação e terceiros fornecedores.

7.3.3. Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado nesta cláusula, concedidos pelos veículos de comunicação e terceiros fornecedores ou prestadores de serviços à CONTRATADA, serão repassados ao(à) CONTRATANTE.

7.3.4. Os pagamentos devidos aos veículos de comunicação poderão ser efetuados diretamente, a critério da Chefia de Comunicação Social.

7.3.5. A CONTRATADA se obriga a efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros até o prazo de 3 (três) dias após o efetivo pagamento pelo(a) CONTRATANTE.

7.4. Forma de pagamento

7.4.1. O pagamento será processado com a emissão de ordem de pagamento física ou eletrônica, ou ainda por transferência eletrônica via sistema de internet banking, com assinaturas legais físicas ou eletrônicas dos titulares das contas bancárias.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

8.1. Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

8.1.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de licitação, na modalidade CONCORRÊNCIA, sob a forma PRESENCIAL, com adoção do critério de julgamento do tipo TÉCNICA E PREÇO, conforme descrito no Edital.



8.2. Exigências de habilitação

Para fins de habilitação, o licitante deverá encaminhar os documentos relacionados abaixo, os quais deverão comprovar sua regularidade na data da abertura do certame, nos termos do art. 34 c/c § 6º-A do art. 37 do Decreto Municipal nº 18.289/2023, salvo na ocorrência do previsto no § 1º do art. 43 da LC nº 123/06.

8.2.1. Habilitação Jurídica:

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

Observação: Para todos os efeitos, considera-se como ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, o documento de constituição da empresa, acompanhado da(s) última(s) alteração(ões) referente(s) à natureza da atividade comercial e à administração da empresa, ou a última alteração consolidada.

8.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual/Distrital e Municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;
- d) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos



encargos sociais instituídos por lei.

e) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943.

8.2.3. Qualificação Técnica:

8.2.3.1. Atestado(s) de experiência(s) anterior(es) fornecido(s) por veículo(s) de comunicação, contendo informações sobre o desempenho do LICITANTE nas relações com os respectivos emitentes para fins de comprovar desempenho satisfatório da agência.

8.2.3.2. O(s) atestado(s) deverá(ão) estar emitido(s) em papel(eis) timbrado(s) da(s) empresa(s) que o expediu(ram), ou deverá(ão) conter carimbo do CNPJ ou outra informação que permita a devida identificação do emitente.

8.2.3.3. O(s) atestado(s) de capacidade técnica poderá(ão) ser apresentado(s) em nome da empresa, com CNPJ da matriz e/ou da(s) filial(ais) do licitante.

8.2.4. Caso o LICITANTE não esteja estabelecido no Município de Belo Horizonte, deverá apresentar, ainda, declaração de que possuirá, até o início da execução contratual, no respectivo âmbito geográfico, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados.

8.2.5. Certificado de Qualificação Técnica, conforme previsto no artigo 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/10.

8.2.6. Qualificação Econômico-Financeira:

8.2.6.1. Balanço Patrimonial e Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social já exigíveis e apresentados na forma da lei, que demonstrem a situação financeira do licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devendo ser observados os subitens abaixo para o devido enquadramento.



a) Serão considerados, na forma da lei, o Balanço Patrimonial e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social, assim apresentados, alternativamente:

- a.1) publicados em Diário Oficial;
- a.2) publicados em Jornal;
- a.3) por fotocópia do livro Diário, devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do LICITANTE ou registrado no órgão de registro equivalente, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento;
- a.4) na forma de escrituração contábil digital (ECD) instituída pela Instrução Normativa da RFB nº 1.420 de 19/12/2013 e suas alterações.

b) As empresas com menos de um ano de existência, desde que não enquadradas no art. 1.065 do Código Civil, devem apresentar Balanço de Abertura devidamente registrado/autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do LICITANTE ou registrado no órgão de registro equivalente.

c) O Balanço Patrimonial (inclusive o Balanço de Abertura) e a Demonstração Contábil do Resultado do Último Exercício Social deverão estar assinados por Contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrados no Conselho Regional de Contabilidade.

8.2.6.2. Cálculo dos índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, sendo considerado habilitado o LICITANTE que apresentar resultado igual ou maior que 1 (um), em todos os índices aqui mencionados:

$$LG = \frac{\textit{Ativo Circulante} + \textit{Realizável a Longo Prazo}}{\textit{Passivo Circulante} + \textit{Passivo Não Circulante}}$$

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



a) A empresa que apresentar resultado menor que 1 (um) em qualquer dos índices referidos no subitem acima deverá comprovar Patrimônio Líquido ou Capital Social mínimo de R\$ 5.500.000,00 (cinco milhões e quinhentos mil reais) referente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação.

b) Reserva-se à Comissão Especial de Licitação o direito de efetuar os cálculos, caso o memorial dos cálculos dos índices não seja apresentado.

8.2.7. Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física, quando for o caso.

a) Na hipótese de a certidão para recuperação judicial ou extrajudicial for positiva, deve o LICITANTE apresentar comprovante da homologação/deferimento, pelo juízo competente, do plano de recuperação em vigor.

8.2.7.1. Declaração, nos termos do ANEXO VI do Edital, de que o LICITANTE cumpre os requisitos estabelecidos na Lei Complementar n.º 123/2006, alterada pela Lei n.º 11.488/2007, e se enquadra como beneficiário, **QUANDO FOR O CASO**.

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

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

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

8.2.10. Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar em nome do licitante, devendo ser observado:



- a) se o LICITANTE for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome dela;
- b) se o LICITANTE for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, comprovadamente, pela própria natureza, forem emitidos somente em nome da matriz;

8.2.11. Para fins de habilitação, os documentos que não possuírem prazo de validade deverão possuir data de emissão de no máximo 180 (cento e oitenta) dias, tendo como referência a data de abertura dos envelopes de nº 05 – “Documentação de Habilitação”.

8.2.12. Não se enquadram no subitem 8.2.11 os documentos que, pela própria natureza, não apresentam prazo de validade, inclusive quanto aos atestados de capacidade técnica.

8.2.13. Os beneficiários da Lei Complementar nº 123/06 deverão apresentar toda a documentação de habilitação referente à comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, como condição para ter o objeto adjudicado a seu favor.

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

8.2.15. Havendo restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista por parte dos beneficiários, nos termos da Lei Complementar nº 123/2006, a Comissão Especial de Licitação os julgará habilitados, concedendo o prazo de 05 (cinco) dias úteis que correrá a partir do julgamento das propostas de preços, prorrogável por igual período, a critério da Administração Pública, para regularização da documentação fiscal e trabalhista.

8.2.15.1. A prorrogação do prazo para a regularização fiscal e trabalhista prevista no subitem acima dependerá de requerimento pelo interessado, devidamente fundamentado, dirigido à Comissão Especial de Licitação.

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

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



8.2.16. A regularidade da situação do LICITANTE no SUCAF será confirmada por meio de consulta *on-line* ao sistema. Procedida a consulta, serão impressos relatórios de situação de cada participante.

8.2.17. Os documentos exigidos nos subitens acima deverão ser apresentados em original ou cópia autenticada por cartório competente ou ainda cópia simples acompanhada do original para autenticação por servidor do órgão licitante.

8.2.18. Serão aceitas somente cópias legíveis.

8.2.19. Não serão aceitos documentos cujas datas estejam rasuradas.

8.2.20. A critério da Comissão Especial de Licitação, a análise da documentação e da proposta apresentada pelos licitantes poderá ser realizada reservadamente, sendo o julgamento publicado posteriormente no DOM.

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

8.2.22. Qualquer manifestação a respeito de habilitação de licitantes ou impugnação de propostas, pelos interessados, poderá ser feita durante as sessões públicas, no momento determinado para tal pela Comissão Especial de Licitação.

9. OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DAS PARTES

9.1. Das obrigações do Contratado

Além das demais obrigações que lhe são atribuídas neste instrumento, competem à Contratada:

9.1.1. Executar de forma adequada os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob a sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade do (a) CONTRATANTE, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos em dia, inclusive os encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora,



assumindo, ainda, com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica.

9.1.2. Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, com a moral e os bons costumes.

9.1.3. Manter estrutura de atendimento na Cidade de Belo Horizonte compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados para o contratante.

9.1.4. Apresentar plano de avaliação dos resultados, planejamento de mídia e definição do impacto total desejado e de frequência de veiculação necessária de cada campanha.

9.1.5. Indicar, por escrito, dois representantes da área de atendimento e um representante da área de planejamento para, em seu nome, coordenarem a execução dos serviços, com poderes para deliberarem, simultaneamente, sobre todas as questões relacionadas a este contrato.

9.1.6. Utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, na elaboração dos serviços a serem prestados, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo(a) CONTRATANTE.

9.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros subcontratados e transferir ao contratante as vantagens obtidas, incluindo aquelas 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 replicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

9.1.8. Submeter à aprovação prévia da Chefia de Comunicação Social do GP os trabalhos a serem executados, com os respectivos custos.

9.1.9. Após a finalização de cada campanha, conforme solicitação da CONTRATANTE,



encaminhar arquivo digital para o (a) CONTRATANTE com a relação de peças produzidas, tais como: anúncios, spots, VTs e demais peças publicitárias em arquivos na extensão “pdf”, para materiais gráficos, e na extensão “mov”, para arquivos audiovisuais.

9.1.9.1. Sempre que solicitado pelo(a) CONTRATANTE, disponibilizar a matriz desbloqueada que permita a reprodução de materiais de caráter documental e institucional produzidos, sem ônus para o(a) CONTRATANTE.

9.1.10. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços e bens fornecidos, junto a pessoas físicas e jurídicas, observadas as disposições a seguir:

9.1.10.1. Apresentar no mínimo 03 (três) propostas, das quais constarão todos os produtos ou serviços que as compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários;

9.1.10.2. No caso em que o valor do fornecimento de bens ou serviços for superior a 0,5% (cinco décimos percentuais) do valor global do contrato, a CONTRATADA deverá proceder à coleta de orçamentos em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização do(a) CONTRATANTE.

9.1.10.3. Apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

9.1.10.4. Apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, se não houver possibilidade de haver 03 (três) propostas;

9.1.10.5. Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado;

9.1.11. Os documentos citados no subitem 9.1.10 ficarão sob a responsabilidade da CONTRATADA e à disposição do(a) CONTRATANTE por um período mínimo de 5 (cinco) anos.



9.1.12. Submeter à subcontratação de outras empresas, observada a restrição prevista no subitem 1.3 deste contrato, para execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata este contrato, à prévia e expressa anuência do(a) CONTRATANTE, ressaltando-se que a CONTRATADA permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante o(a) CONTRATANTE.

9.1.18.1. Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

9.1.18.2. A CONTRATADA somente poderá contratar pessoas físicas ou jurídicas que estejam cadastradas no Sistema Único de Cadastro de Fornecedores – SUCAF – e apresentem regularidade fiscal junto à Fazenda Municipal, FGTS e INSS.

9.1.13. Orientar e acompanhar a produção, a impressão e a distribuição de peças gráficas (folhetos, cartazes, adesivos, cartilhas, mala direta e etc.) aprovadas pela Chefia de Comunicação Social - GP.

9.1.14. Orientar e acompanhar a produção e distribuição de peças audiovisuais (filmes, spots, novelinhas e etc.) aprovadas pela Chefia de Comunicação Social - GP.

9.1.15. Definir o material a ser utilizado na distribuição só após sua aprovação pela Chefia de Comunicação Social -GP.

9.1.16. Entregar ao (à) CONTRATANTE, conforme solicitação dele(a), para fins de controle do saldo contratual, relatório de controle dos gastos efetivamente realizados.

9.1.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do(a) CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratadas.

9.1.18. Prestar esclarecimentos ao(à) CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos



desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

9.1.19. Não caucionar ou utilizar este contrato como garantia para qualquer operação financeira.

9.1.20. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

9.1.21. Cumprir a legislação trabalhista, securitária e previdenciária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

9.1.22. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

9.1.23. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

9.1.24. Apresentar, quando solicitado pelo(a) CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

9.1.25. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o(a) próprio(a) CONTRATANTE.

9.1.26. Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do(a) CONTRATANTE.

9.1.27. Responder perante o(a) CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e



danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços do objeto deste contrato.

9.1.28. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o(a) CONTRATANTE.

9.1.29. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste contrato.

9.1.30. Adotar as providências necessárias no sentido de preservar o(a) CONTRATANTE e de mantê-lo(a) a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, e providenciar o devido ressarcimento do pagamento de eventuais importâncias realizadas pelo (a) CONTRATANTE, dentro do prazo improrrogável de (10) dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo de ação judicial competente por parte do (a) CONTRATANTE.

9.1.31. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros, em especial com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

9.1.32. Transferir para o Município de Belo Horizonte os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto deste contrato, inclusive as peças publicitárias, EXCETO quando houver a participação de terceiros.

9.1.33. Atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento.

9.1.34. Efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros subcontratados até o prazo de 3 (dias) dias, após o efetivo pagamento pelo(a)



CONTRATANTE.

9.1.35. Apresentar periodicamente as tabelas de preços em vigor dos veículos de comunicação.

9.1.36. Manter em compatibilidade com as obrigações assumidas todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital e seus anexos, em cumprimento ao disposto no Inciso II do artigo 92 da Lei nº 14.133/21.

9.1.37. A CONTRATADA deverá, durante o período de no mínimo 5 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

9.1.38. Apresentar ao(à) CONTRATANTE os custos e as despesas de veiculação, acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes.

9.1.39. A CONTRATADA somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do(a) CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele(a) expressamente autorizado(a).

9.1.40. Cumprir todas as obrigações constantes no Edital e seus anexos, assumindo exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto;

9.1.41. Efetuar a prestação do serviço conforme fixado no Edital e em seus anexos;

9.1.42. Providenciar a imediata correção das irregularidades apontadas pelo Contratante, quanto à prestação do serviço;

9.1.43. Garantir a boa qualidade do serviço prestado;

9.1.44. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta



não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133/2021;

9.1.45. Comunicar ao Contratante a ausência de produto necessário para a execução do serviço, apresentando a devida comprovação, tão logo tome ciência do fato que possa vir a comprometer o efetivo cumprimento da obrigação pelo Contratado caso futuramente demandado;

9.1.46. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação;

9.1.47. Comprovar, quando solicitado, a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas;

9.2. Das obrigações do Contratante

A Chefia de Comunicação Social será responsável pela coordenação e o acompanhamento dos serviços objeto deste contrato, competindo-lhe, dentre outros atos que envolvam o regular exercício desta função, aprovar previamente e por escrito os trabalhos a serem executados e respectivos custos, sendo a CONTRATANTE responsável por:

9.2.1. Acompanhar e fiscalizar a execução da prestação do serviço contratado, por meio da **Chefia de Comunicação Social do GP**;

9.2.2. Fiscalizar a manutenção pelo Contratado, das condições de habilitação exigidas no Termo de Referência, do cumprimento das exigências de reserva de cargos prevista em lei, bem como em outras normas específicas, durante toda a execução do contrato, em atendimento ao disposto nos incisos XVI e XVII do artigo 92 da Lei nº 14.133/2021;

9.2.3. Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato, fixando-lhe prazo para corrigir defeitos ou irregularidades encontradas na execução do serviço;



9.2.4. Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado;

9.2.5. Supervisionar e fiscalizar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA ou realizar cotação de preços junto a fornecedores;

9.2.6. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA. E pagar no vencimento a fatura apresentada pelo Contratado correspondente ao serviço prestado;

9.2.7. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

9.2.8. Fornecer à contratada relação de pessoas físicas ou jurídicas para a prestação de serviços ou fornecimento de bens demandados na execução do contrato.

9.2.9. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

9.2.10. Analisar as tabelas de preços dos veículos de comunicação apresentadas pela CONTRATADA para fins de verificar o cumprimento do estabelecido no subitem 9.1. da Minuta Contrato.

10. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

10.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência do Contratado, sujeitando-o às penalidades previstas no Decreto Municipal nº 18.096/2022, sem prejuízo de eventual responsabilidade civil e criminal.

11. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

11.1. O valor estimado da contratação é de **R\$ 55.000.000,00** (cinquenta e cinco milhões de reais), não se comprometendo o Município de Belo Horizonte a realizá-los em sua totalidade.



12. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

12.1. As despesas decorrentes do presente procedimento serão acobertadas pela seguinte dotação orçamentária:

0201.6002.04.131.015.2007.339039-23.1500.0000

12.2. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

13. UNIDADE RESPONSÁVEL PELO ACOMPANHAMENTO/FISCALIZAÇÃO:

- **UNIDADE RESPONSÁVEL PELO ACOMPANHAMENTO: CHEFIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.**

FISCAIS: Giuliano Magela Fonseca Panizza - BM 327.528-9;

Ana Elisa de Moraes Mourão - BM 328.929-8

14. DOS ANEXOS

14.1. Integram este Termo de Referência, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

14.1.1. ANEXO I – Projeto Básico;

14. OUTRAS INFORMAÇÕES

14.1. O Contratante poderá rescindir, a qualquer tempo o contrato formalizado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à contratada qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei Federal nº 14.133/21 e alterações e no contrato firmado entre as partes.

14.2. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do Município, a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa



indenização dos danos.

Belo Horizonte, de de 2026.

Giuliano Magela Fonseca Panizza - BM 327.528-9
Chefe de Comunicação Social

Duander Vinicius Gomes Rezende Franco – BM 325.863-5
Chefe de Gabinete do Prefeito



ANEXO I – PROJETO BÁSICO

1. OBJETO DA CONTRATAÇÃO

1.1. O objeto da concorrência é seleção de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade.

1.2. Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação do público em geral.

§ 1º – Poderão ser incluídos como atividades complementares aos serviços de publicidade contratados, os serviços especializados pertinentes:

I – ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei Federal nº 12.232/2010;

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

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

§ 2º – É vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização ou patrocínio de eventos festivos de qualquer natureza.

1.3. Os serviços abrangem as ações de publicidade dos programas, políticas e serviços públicos, nos limites da comunicação institucional e de utilidade pública de interesse do Município de Belo Horizonte.

1.4. As atividades previstas no subitem 1.2 não poderão ser objeto de subcontratação.

1.5. Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de orientação social ou de utilidade pública, deles não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (§1º art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e art. 28 da Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte).

1.6. O público prioritário das campanhas e ações publicitárias a serem empreendidas é a população de Belo Horizonte.

1.6.1. São também públicos a serem atingidos por campanhas e ações publicitárias, os que se constituírem de interesse da Administração Municipal pelo potencial que representam para o desenvolvimento do Município, sejam por aspectos econômicos, culturais, turísticos ou sociais, além de segmentos institucionais relevantes para a adequada difusão das informações públicas e outras associações representativas de segmentos diversos da sociedade.

1.7. Todos os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto da Licitação, inclusive as peças publicitárias, pertencerão aos Contratantes, exceto quando houver a participação de terceiros.

2. JUSTIFICATIVA

2.1. O direito à informação é assegurado a todo cidadão pela Constituição da República Federativa do Brasil/88. Para garantir o efetivo exercício desse direito, a Chefia de Comunicação Social tem como tarefa informar a população sobre as ações, os programas e os serviços prestados pela Administração Municipal.

É dever do Poder Público Municipal prestar contas de todos os atos de Governo, consagrando seu caráter de transparência e publicidade. Ademais, é dever do Poder Público Municipal prestar ao cidadão todas as informações que considere de interesse público e que facilitem ou melhorem a convivência na cidade e na vida das pessoas.

Assim, a política de comunicação social da Administração Municipal de Belo Horizonte deve constituir-se de planejamento, definição e utilização dos instrumentos e canais de comunicação que garantam o direito à informação qualificada e orientada do cidadão. Sua eficácia pressupõe o desenvolvimento de um conjunto de estratégias e de ações táticas que visem a dar visibilidade e reforçar a imagem dos projetos, programas e atividades do Governo, sob a ótica da transparência e do interesse público.

Para fins de garantir a eficácia da política de comunicação social empreendida no âmbito do Município de Belo Horizonte, vislumbra-se, ainda, implementar novos esforços de comunicação, baseados no Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2026-2029.

Em conclusão, a contratação dos serviços especializados de publicidade justifica-se, sobretudo, pela necessidade de a Administração Municipal prover à população acesso amplo e confiável a informações que a possibilite acompanhar, acessar e usufruir, de forma mais eficiente e tempestiva, as políticas públicas desenvolvidas em Belo Horizonte.

3. CARACTERIZAÇÃO

3.1. A história de Belo Horizonte começa em 1701 com a fundação do Arraial Curral del Rei, pelo bandeirante paulista João Leite da Silva Ortiz. Em 1893 foi escolhida para ser a nova capital do estado de Minas Gerais, substituindo Ouro Preto, cabendo o planejamento urbano a cargo do Engenheiro Aarão Reis, chefe da Comissão de Construção da Nova Capital. Primeira cidade planejada do Brasil, inspirada em Paris e Washington, em 1897, ganhou o nome de Cidade de Minas e somente em 1901 passou a ser chamada de Belo Horizonte, cuja população prevista seria de 300 mil pessoas e dentro dos limites da Avenida do Contorno.

Com cerca de 2,8 milhões de habitantes, Belo Horizonte é o sexto município mais populoso do país, o terceiro da Região Sudeste. Nestes 127 anos como capital do estado, a cidade passou por transformações que a tornou referência econômica, cultural e tecnológica.



As principais atividades econômicas do município são comércio, prestação de serviços e indústria. É importante dizer que o seu PIB, em 2016, foi de 88,3 bilhões de reais. O município de Belo Horizonte é totalmente urbano.

Com um território de apenas 331 quilômetros quadrados, na década de 1920, a cidade recebia grande fluxo migratório por ter se consolidado como centro administrativo, de serviços e de cultura. A ocupação de seu território passou a ocorrer de forma desordenada, sem a necessária contrapartida em infraestrutura.

O processo de formação de favelas se intensificou. A estruturação urbana da cidade foi sendo marcada pela concentração de bens e serviços e a exclusão das classes menos favorecidas.

Nos anos 1950, o processo de urbanização, que ocorria em nível nacional, acentuou o movimento migratório, também impulsionado pela industrialização presente nos seus municípios vizinhos.

Nos anos 1970, a ocupação de Belo Horizonte já ocorria em quase todo seu território, desacompanhada de políticas públicas capazes de lhe oferecer serviços e infraestrutura necessários e condizentes.

Como resultado, nos anos 1990, Belo Horizonte exibia o mesmo quadro caótico das demais metrópoles brasileiras, formado por desigualdades crescentes nas condições de moradia e no tratamento das áreas centrais e periféricas; espaços públicos insuficientes e uso inadequado dos existentes; congestionamento do sistema viário e de transporte; e crescente degradação ambiental.

Com o retorno da democracia ao Brasil, em 1985, a cidade passa a eleger seus prefeitos e, nesse processo, deu-se início a um ciclo de gestões participativas que começaram a enfrentar uma herança histórica de problemas que se acumularam em todas as áreas e regiões.

Sem descuidar de qualquer segmento da população, o Executivo Municipal busca gerir a cidade com base em uma lógica mais inclusiva, de forma a assegurar a todos o acesso aos serviços públicos e viabilizar melhor qualidade de vida para os moradores.

3.2. Estrutura da Administração Municipal



3.2.1. A estrutura orgânica da administração pública do Poder Executivo do Município de Belo Horizonte é formada por órgãos da Administração Direta e Indireta.

3.2.2. Nos termos da Lei Municipal nº 11.065, de 1º de agosto de 2017, e do Decreto Municipal nº 17.915, de 29 de março de 2022, a Administração Direta compreende:

- I – o Gabinete do Prefeito;
- II – o Gabinete do Vice-Prefeito;
- III – as secretarias municipais;
- IV – os órgãos autônomos;
- V – os órgãos colegiados.

3.2.3. Compõem a estrutura organizacional da administração direta as seguintes secretarias:

- I a Secretaria-Geral - SGE
- II a Secretaria Municipal de Administração Logística e Patrimonial - SMALOG
- III a Secretaria Municipal de Assistência Social e Direitos Humanos - SMASDH
- IV a Secretaria Municipal de Cultura - SMC
- V a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Relações Internacionais - SMDE
- VI a Secretaria Municipal de Educação - SMED
- VII a Secretaria Municipal de Esportes e Lazer - SMEL
- VIII a Secretaria Municipal de Fazenda - SMFA
- IX a Secretaria Municipal de Governo - SMGO
- X a Secretaria Municipal de Meio Ambiente - SMMA
- XI a Secretaria Municipal de Mobilidade Urbana - SMMUR
- XII a Secretaria Municipal de Obras e Infraestrutura - SMOBI
- XIII a Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Gestão - SMPOG
- XIV a Secretaria Municipal de Política Urbana - SMPU
- XV a Secretaria Municipal de Relações Institucionais - SMRI
- XVI a Secretaria Municipal de Saúde - SMSA
- XVII a Secretaria Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional - SMSAN
- XVIII a Secretaria Municipal de Segurança e Prevenção - SMSP



3.2.4. São órgãos autônomos do Poder Executivo, subordinados diretamente ao Prefeito:

- I – a Procuradoria-Geral do Município – PGM;
- II – a Controladoria-Geral do Município – CTGM.

3.2.5. A administração indireta constitui-se de entidades com personalidade jurídica, dotadas de autonomia administrativa, financeira e funcional, criadas ou autorizadas para fins definidos em leis específicas, nos termos da Lei Orgânica do Município. A administração indireta compreende:

- I – as Fundações;
- II – as autarquias;
- III – as empresas públicas;
- IV – as sociedades de economia mista;
- V – demais entidades de direito privado, sob o controle direto ou indireto do Município.

3.2.6. As competências dos órgãos municipais estão previstas na referida lei.

3.3. Atuação da administração atual

3.3.1. A atual administração de Belo Horizonte está empenhada em criar programas e implementar ações que possam valorizar o real potencial da capital e resgatar o orgulho da sua população em viver aqui.

O movimento Belo Horizonte + Feliz engloba ações em praticamente todas áreas, criando condições para que a população possa frequentar parques, praças e outras instalações da Prefeitura e da iniciativa privada, movimentando a economia e trazendo novas cores para a cidade.

Em paralelo a essas ações, a Prefeitura dá seguimento a um dos maiores pacotes de obras dos últimos anos, nas áreas de mobilidade e infraestrutura que somam investimentos de mais de R\$ 1 bilhão. Tudo isso vem sendo feito sem deixar de ter como uma de suas

prioridades programas e projetos de grande alcance social. São questões importantes a serem atacadas como a dos moradores em situação de rua, habitação popular, combate à fome e proteção para a população mais vulnerável.

3.3.2. Os principais projetos desenvolvidos pela Prefeitura de Belo Horizonte, que são também temas recorrentes de suas campanhas publicitárias, são aqueles identificados como Projetos Estratégicos e Transformadores, das respectivas Áreas de Resultado do Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2026-2029, como segue:

3.3.2.1. ÁREA DE RESULTADO: SEGURANÇA

1- OPERACIONALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE SEGURANÇA

Desenvolver ações tendentes a definir a política para atuação da Secretaria Municipal de Segurança e Prevenção - SMSP e Guarda Municipal de Belo Horizonte - GCMBH e relacioná-la com os demais órgãos que atuam na defesa social. 2 - Planejar e executar todas as ações e o desenvolvimento da GCMBH, visando sua prestação de serviços aos usuários de serviços municipais e à comunidade em geral que é indistintamente beneficiada com as prestações realizadas.

2- AUMENTO DA SENSAÇÃO DE SEGURANÇA - TRANSFORMADOR

Aumentar a sensação de segurança por parte da população com base em ações objetivas, como o aumento do policiamento ostensivo, o incremento das ações de vigilância eletrônica, a melhoria da iluminação pública e o uso de inteligência artificial na prevenção, detecção e resposta à criminalidade.

3 - PREVENÇÃO SOCIAL À CRIMINALIDADE

As ações da política municipal de prevenção à criminalidade na cidade de Belo Horizonte são de base territorial e são desenvolvidas em comunidades com altos índices de vulnerabilidade e violência, com o objetivo de reduzir a sensação de insegurança e de interferir nas dinâmicas da criminalidade, que afetam os territórios mais vulneráveis, priorizando o enfrentamento aos fatores de risco que produzem as violências, tanto no ambiente escolar como nas comunidades.

3.3.2.2. ÁREA DE RESULTADO: SAÚDE

1 - ATENDIMENTO AMBULATORIAL, EMERGENCIAL E HOSPITALAR

Propiciar serviço qualificado na assistência médico-hospitalar aos pacientes do Sistema Único de Saúde - SUS.

2 - MODERNIZAÇÃO DA ATENÇÃO PRIMÁRIA NA SAÚDE - TRANSFORMADOR

Ampliar e qualificar o acesso aos serviços da atenção primária no SUS-BH por meio da expansão de equipes, reestruturação da rede física, incorporação de práticas integrativas e inovação tecnológica, promovendo cuidado resolutivo, humanizado e centrado no cidadão.

3 - ATENÇÃO ESPECIALIZADA, HOSPITALAR E ÀS URGÊNCIAS E EMERGÊNCIAS

Otimizar e integrar as redes de atenção especializada, hospitalar e às urgências e emergências, por meio da qualificação da rede assistencial, da modernização da infraestrutura e da gestão estratégica das parcerias e contratos, visando ampliar resolutividade, eficiência, acesso e inovação na oferta de serviços alinhados às necessidades da população.

4 - GESTÃO DO SUS E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Estruturar a gestão do SUS-BH por meio da modernização institucional, da qualificação dos serviços de apoio, do fortalecimento da força de trabalho, da participação social, do uso de tecnologias, da gestão de recursos e da adequação física e funcional da rede de unidades de saúde, incluindo sua ampliação e construção, visando à eficiência e à melhoria contínua dos serviços oferecidos à população.

5- PROMOÇÃO E VIGILÂNCIA À SAÚDE

Estruturar ações de promoção e vigilância em saúde, com foco na redução de agravos, doenças crônicas, imunopreveníveis, controle de vetores, investigação de óbitos, hábitos saudáveis e de vigilância sanitária, articuladas à adequação das unidades de saúde para qualificar os serviços no SUS-BH.

3.3.2.3. ÁREA DE RESULTADO: SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

1 - SUSTENTABILIDADE, EDUCAÇÃO AMBIENTAL E MODERNIZAÇÃO DA GESTÃO AMBIENTAL

Preservar o meio ambiente e ainda garantir o desenvolvimento sustentável. Formar e capacitar indivíduos preocupados com os problemas ambientais e que busquem a conservação e preservação dos recursos naturais e a sustentabilidade. Desenvolver alternativas tecnológicas e processuais com vistas à desburocratização e garantia de ganhos ambientais, sem prejuízo da eficiência no cumprimento de prazos legais dos instrumentos da política ambiental municipal.

2 - PRESERVAÇÃO E CONSERVAÇÃO DA FAUNA E FLORA EM PARQUES, JARDIM ZOOLOGICO E JARDIM BOTÂNICO

1 - Promover o uso público associado à conservação ambiental nos parques municipais, mediante a realização de atividades de manejo, educação ambiental e caracterização ambiental, para garantir melhor organização e eficiência dos serviços prestados. 2 - Proporcionar e integrar às atividades associadas uma política de bem-estar animal que garanta a dignidade e a proteção das espécies de fauna e de flora presentes nos parques municipais, no jardim zoológico e no jardim botânico de Belo Horizonte. 3 - Alcançar padrões elevados de qualidade técnica e de transparência na manutenção, na exibição, na conservação e na gestão das coleções de flora e fauna silvestres, em conformidade com a legislação ambiental vigente, e promover o desenvolvimento de programas educativos, de pesquisa e de conservação. 4 - Oferecer ao público visitante a oportunidade de conhecer novas espécies de animais e de plantas presentes nesses espaços, por meio de ambientes planejados com responsabilidade ecológica e segurança, proporcionando uma experiência educativa pautada em uma educação ambiental consciente e em uma abordagem animalista ética que incentive o público a refletir sobre a necessidade de proteção e de conservação da natureza. 5 - Ampliar o conhecimento científico sobre a flora e a fauna silvestres, principalmente as espécies brasileiras ameaçadas de extinção; promover o intercâmbio com instituições de ensino e de pesquisa afins e divulgar os resultados por meio de publicações em eventos específicos.

3 - COLETA, DESTINAÇÃO E TRATAMENTO DE RESÍDUOS SÓLIDOS



Garantir serviços de limpeza urbana, elaborar o plano municipal de resíduos sólidos com ampla participação social em todas as regionais, expandir os serviços de coleta, incluindo-se coleta seletiva, expandir o número de galpões de triagem da coleta seletiva com a inclusão social dos catadores, fomentar a instalação de unidades empresariais para proceder ao tratamento e/ou ao beneficiamento sustentável dos resíduos sólidos de forma integrada com os Municípios da RMBH e do Estado de MG, otimizar a limpeza de córregos abertos e reduzir a deposição clandestina de resíduos, visando à melhoria do meio ambiente e da saúde pública.

4 - OPERACIONALIZAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DA LIMPEZA PÚBLICA

Otimizar e melhorar a prestação dos serviços de limpeza urbana no Município de Belo Horizonte, visando a melhoria do meio ambiente e da saúde pública.

5 - BEM-ESTAR ANIMAL

Buscar o bem-estar animal, dando-lhes maior qualidade e expectativa de vida e promover o melhoramento da percepção dos munícipes em relação à qualidade de vida dos animais, contribuindo para um meio ambiente ecologicamente equilibrado.

6 - RESILIÊNCIA E MUDANÇA CLIMÁTICA - TRANSFORMADOR

Transformar Belo Horizonte em uma cidade mais resiliente, sustentável e inclusiva, capaz de enfrentar os desafios das mudanças climáticas por meio de soluções baseadas na natureza e integradas aos diversos setores de gestão urbana para promoção de adaptação, mitigação e justiça climática.

7 - GESTÃO DA POLÍTICA AMBIENTAL

Promover a elaboração e a implementação da política ambiental do Município, visando a proteção, conservação e melhoria da qualidade de vida da população e o controle da qualidade ambiental do Município.

8- PLANEJAMENTO, MONITORAMENTO E GERENCIAMENTO DE NECRÓPOLES

Garantir o acesso aos serviços prestados e aos espaços disponibilizados pelas necrópoles municipais, aprimorando a qualidade do atendimento ao público, a gestão

operacional (segurança, manutenção e administração), ao mesmo tempo em que se procura minimizar os impactos ambientais decorrentes da atividade.

9- SANEAMENTO E TRATAMENTO DE FUNDOS DE VALE

Promover o escoamento regular das águas com eliminação das enchentes; Manter preventiva e corretivamente os sistemas estruturais das galerias; valorizar as águas através da despoluição dos seus cursos e controle da produção de sedimentos; Implantação de vias sanitárias que integrarão a malha viária.

3.3.2.4. ÁREA DE RESULTADO: MOBILIDADE URBANA

1 - MODERNIZA MOBILIDADE - TRANSFORMADOR

Oferecer um serviço de transporte coletivo público de qualidade, que garanta tempos adequados de viagem, conforto, segurança e confiabilidade nos deslocamentos dos usuários. Além de implantar intervenções no sistema de mobilidade, com estímulo aos modos ativos.

2 - NOVO ANEL RODOVIÁRIO - TRANSFORMADOR

Tornar o anel rodoviário um eixo estruturador do desenvolvimento urbano e indutor da mobilidade da cidade, melhorando as condições da ocupação do entorno, da segurança, da fluidez do tráfego urbano e rodoviário.

3 - GESTÃO DO SISTEMA VIÁRIO MUNICIPAL

1 - Melhorar a malha viária nas diversas áreas, suprimindo as carências apresentadas pelo sistema vigente; 2 - Criar ligações perimetrais e transversais; 3 - Melhorar a acessibilidade; 4 - Integrar o trem metropolitano à malha viária; 5 - Execução dos planos de integração da malha viária, especialmente o Plano Diretor.

4 – GESTÃO DA MOBILIDADE URBANA

Racionalizar e organizar o uso dos diferentes modos de transporte e infraestrutura (coletivo, individual, não-motorizado, calçadas, estacionamentos, vias), garantindo e facilitando aos cidadãos, o acesso físico às oportunidades e às funções econômicas e sociais da cidade.

3.3.2.5. ÁREA DE RESULTADO: HABITAÇÃO, URBANIZAÇÃO, REGULIZAÇÃO E AMBIENTE URBANO

1 - COORDENAÇÃO DA POLÍTICA URBANA

Coordenar a elaboração e implementação da política de regulação e controle urbano do Município.

2 - SERVIÇOS DE ILUMINAÇÃO PÚBLICA

1- Atender as demandas de iluminação pública de munícipes no prazo; 2- Garantir a redução de carga instalada (kw) na iluminação pública.

3 - REQUALIFICAÇÃO DO CENTRO E LAGOINHA - TRANSFORMADOR

Repovoar e requalificar o território, fortalecendo sua base urbana, habitacional e social. Ativar a economia, da cultura e da identidade do território, reposicionando-o como referência de vitalidade.

4 - AÇÕES DE DEFESA CIVIL

Assistir o município com ações de redução dos impactos dos desastres, tanto no aspecto preventivo quanto na preparação para emergência.

5 - INTERVENÇÃO EM ASSENTAMENTOS DE INTERESSE SOCIAL

Promover a qualificação das condições de moradia para atendimento das necessidades habitacionais abrangidas pela inadequação de domicílios através de alternativas que considerem as diferentes complexidades dos assentamentos de interesse social.

6 - MANUTENÇÃO DA CIDADE

Revitalizar os principais corredores viários de Belo Horizonte no que diz respeito à manutenção e conservação de pavimentos, canteiros e calçadas visando a melhoria dos fatores estéticos, segurança e conforto para os usuários, e garantir os serviços de manutenção necessários aos espaços públicos da cidade.

7- REQUALIFICAÇÃO DE VILAS E FAVELAS – TRANSFORMADOR

Melhorar as condições de vida das comunidades, assegurando o acesso efetivo às políticas públicas, promover o desenvolvimento local e fortalecer o diálogo entre

administração pública e população. Propiciar o empoderamento social, fortalecer a identidade coletiva e a construção de territórios sustentáveis e inclusivos.

8- GERENCIAMENTO DE RISCOS EM ENCOSTAS

Implementar a identificação contínua das áreas de instabilidades e consequente áreas de risco e de uma sistemática de execução de intervenções de mitigação e erradicação do risco geológico ou de tratamento dos agentes potencializadores de risco; seja por intervenções de pequeno, médio ou grande porte, objetivando garantir uma capacidade operacional do poder público que propicie um atendimento ágil com intervenções que garantam mitigar ou erradicar os processos de instabilidade com rapidez e eficiência, bem como eficácia no uso dos recursos públicos, e na viabilização de intervenções que possibilitem reduzir ao máximo o impacto social, ambiental e financeiro. Assim, investimentos de obras de drenagem e de correções no esgotamento sanitário que atacam os agentes potencializadores, e em intervenções de contenções e tratamento e proteção de encostas devem ser priorizados e sistematizados. um programa de gestão de risco tem que considerar tanto a implantação de obras de erradicação do risco como também de recursos de caráter continuado para permitir a manutenção dessas intervenções garantindo que as mesmas não percam sua eficiência, ou, sejam degradadas.

9- GESTÃO DA POLÍTICA URBANA

Elaborar e implementar a política e a gestão de desenvolvimento urbano do município, buscando igualdade no acesso à cidade, reduzindo as desigualdades socioespaciais e respeitando as condições ambientais.

10- PROVISÃO HABITACIONAL

Promover o acesso à habitação digna para atendimento das necessidades habitacionais abrangidas pelo déficit habitacional, pela demanda demográfica e pela demanda de remoções por meio de alternativas diversificadas.

3.3.2.6. ÁREA DE RESULTADO: EDUCAÇÃO

1 - GESTÃO DA POLÍTICA DE EDUCAÇÃO INCLUSIVA E DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL



Promover sistematicamente uma política de Educação Inclusiva que considere as diversidades e as condições de equidade, na promoção da cidadania nos ambientes de convivência escolar.

2 - GESTÃO DA POLITICA DO ENSINO FUNDAMENTAL

Ofertar o ensino fundamental na rede municipal de educação, consolidando programas, projetos e outras ações que visem o fortalecimento de uma educação de qualidade social, ampliando e qualificando a política de educação integral.

3 - GESTÃO E OPERACIONALIZAÇÃO DA POLÍTICA EDUCACIONAL

Formular e definir ações para implementação das diretrizes da Política Educacional do Município, integrando a Educação com outras políticas municipais e com instituições da sociedade civil.

4 - GESTÃO DA POLÍTICA DE EDUCAÇÃO INFANTIL

Ofertar vagas na Educação Infantil da Rede Municipal de Educação e na Rede Parceira para crianças de zero a cinco anos de idade, com qualidade e ampliação do atendimento.

5- MELHORIA DA ALFABETIZAÇÃO E DO IDEB – TRANSFORMADOR

Criar condições para promover melhoria dos níveis de aprendizagem na rede municipal de educação, promovendo ações voltadas ao avanço do desempenho dos estudantes e melhoria dos resultados escolares e alfabetização na idade certa.

3.3.2.7. ÁREA DE RESULTADO: CULTURA

1 - MEMÓRIA E PATRIMÔNIO CULTURAL

1 - Promover a fruição e a valorização da história, da memória e do patrimônio cultural do Município, estimulando o desenvolvimento de iniciativas que promovam a sua sustentabilidade e garantam a valorização e o reconhecimento do patrimônio material e imaterial como condição plena para efetivação do direito à memória e à história; 2 - Desenvolver ações que ampliem o acesso da população aos produtos e bens culturais, visando à apropriação dos espaços culturais no sentido de possibilitar o entendimento da Cultura em sua dimensão simbólica da constituição das identidades individuais e



coletivas e dos legados sociais; 3 - Garantir a execução da política municipal de arquivos, protegendo a documentação produzida pela administração pública e de interesse público e preservando o acervo das unidades; 4 - Desenvolver ações de proteção e preservação do patrimônio cultural material e imaterial de Belo Horizonte, visando a consolidação de uma política de proteção e conservação de bens de valor artístico e cultural; 5 - Prestar apoio financeiro, por meio do Fundo de Proteção do Patrimônio Cultural do Município de Belo Horizonte, em caráter suplementar, a projetos e ações destinados à promoção, preservação, manutenção e conservação do patrimônio cultural do Município.

2 - PROMOÇÃO E ACESSO ÀS ARTES E À CULTURA

Ampliar as condições de acesso aos bens e serviços culturais da população, entendendo como direito social básico. Incentivar o desenvolvimento e aprimoramento de redes produtivas em cultura, promovendo o fortalecimento, a dinamização e a qualificação da produção artístico-cultural em Belo Horizonte e impulsionar a formação de novos públicos e ampliar a participação cultural como elemento de fortalecimento da cidadania.

3 - FORMAÇÃO NA ÁREA DA CULTURA

1 - Realizar ações de formação e qualificação que garantam o desenvolvimento das expressões e da produção artístico-culturais em suas diversas linguagens e que promovam o crescimento e a valorização da cultura na cidade; 2 - Promover a formação nas áreas técnicas e artísticas, a qualificação técnico-administrativa e a capacitação em política cultural dos agentes envolvidos na formulação e na gestão de programas, projetos e serviços culturais oferecidos à população; 3 - Estruturar a Escola Livre de Artes; 4 - Instalar o Núcleo de Produção Digital.

4- FOMENTO E ECONOMIA DA CULTURA

Estimular o desenvolvimento artístico-cultural nas várias regiões da cidade, por meio de mecanismos de fomento, apoio e incentivo, garantindo a liberdade de criação e a autonomia da sociedade civil na gestão de processos culturais.

5- GESTÃO DA POLÍTICA MUNICIPAL DE CULTURA



1 - Dirigir e supervisionar as ações desenvolvidas no âmbito da política cultural do município; 2 - Coordenar a formulação, o planejamento e a avaliação de programas e políticas setoriais e territoriais; 3 - Prestar suporte aos Conselhos e Comissões na área da cultura (Conselho Curador e Conselho Fiscal, Conselho Deliberativo do Patrimônio Cultural, Conselho Municipal de Política Cultural e Câmara de Fomento à Cultura Municipal); 4 - Garantir infraestrutura para a representação da Fundação em comissões, conselhos e em eventos locais, nacionais e internacionais; 5 - Fomentar a constituição de canais de participação social, possibilitando a atuação efetiva de diferentes segmentos na gestão da política cultural do município e a democratização do acesso às informações culturais, visando garantir transparência e melhoria na gestão e prestação de serviços públicos, bem como a ampliação da participação social; 6 - Promover a qualificação da infraestrutura com a implantação de ações de manutenção dos espaços e capacitação de recursos humanos; 7 - Gerenciar os recursos administrativos e financeiros da Fundação Municipal de Cultura - FMC; 8 - Gerenciar o Sistema Municipal de Financiamento da Cultura, visando à gestão operacional da LMIC e às estratégias de captação de recursos na FMC.

6- VALORIZAÇÃO E PROMOÇÃO DO CONJUNTO MODERNO DA PAMPULHA – TRANSFORMADOR

Ofertar serviços organizados que viabilizem o crescimento turístico da Pampulha, a preservação e valorização do patrimônio cultural, trazendo avanços e novas oportunidades para a população, agregando elementos essenciais à qualidade de vida das comunidades que se beneficiam direta e indiretamente do local, e para os turistas ou os empreendimentos turísticos.

3.3.2.8. ÁREA DE RESULTADO: PROTEÇÃO SOCIAL, SEGURANÇA ALIMENTAR E ESPORTES

1 - PROTEÇÃO SOCIAL BÁSICA

Prover serviços, programas, projetos e benefícios, em especial para famílias, indivíduos e grupos, que deles necessitarem, contribuindo com a inclusão dos usuários, ampliando o acesso aos bens e serviços socioassistenciais.

2 - PROTEÇÃO SOCIAL ESPECIAL

Prover serviços, programas, projetos e benefícios, em especial para famílias, indivíduos e grupos, que se encontram em situação de risco pessoal e social, por ocorrência de abandono, maus tratos físicos, e ou, psíquicos, abuso sexual, uso de substância psicoativa, cumprimento de medida socioeducativa, situação de rua, situação de trabalho infantil, entre outras.

3 - ALIMENTA BH: MAIS SEGURANÇA ALIMENTAR NA CIDADE

Promover o acesso regular e permanente a uma alimentação saudável e adequada, por meio de ações de assistência alimentar, promoção da segurança alimentar e nutricional e estratégias de combate à fome.

4 - PROGRAMA DE ATENDIMENTO À PESSOA IDOSA

Desenvolver ações de promoção do envelhecimento ativo e as ações de cuidado à população idosa.

5- PROMOÇÃO E DEFESA DE DIREITOS HUMANOS

Formular e implementar ações estratégicas que busquem ampliar e garantir o atendimento psicossocial às pessoas que tiveram seus direitos violados ou que tenham sido vítimas de discriminação, e manter espaços destinados a ampliar a defesa de direitos, o conhecimento, a conscientização e a capacidade de organização da população em torno dos direitos humanos e de cidadania.

6- PROMOÇÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DAS PRÁTICAS DE ESPORTES E LAZER

Promover o esporte e o lazer como direitos constitucionais, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e para o desenvolvimento humano, nas dimensões do Esporte de Rendimento, Esporte de Participação e Esporte Educacional. Gerir a infraestrutura necessária para o desenvolvimento do esporte e lazer através dos equipamentos esportivos municipais.

7- REVITALIZAÇÃO DOS CAMPOS DE FUTEBOL – TRANSFORMADOR

Apoiar o futebol amador, modernizando e requalificando a estrutura de campos de futebol em toda a cidade, de forma a permitir um maior acesso da população e das equipes e implantando um modelo de gestão eficiente e sustentável.

8- APRIMORAMENTO DA GESTÃO DO SUAS

Planejar, gerir, monitorar e avaliar a Política de Assistência Social e o Sistema Único de Assistência Social - SUAS no Município, visando sua consolidação como estratégia organizada da Política de Assistência Social e ampliando seu acesso e conhecimento por parte da população.

9- PROMOÇÃO E PROTEÇÃO ÀS CRIANÇAS E ADOLESCENTES E SUAS FAMÍLIAS

Garantir os direitos das crianças e adolescentes por meio das políticas públicas setoriais, executadas conforme as diretrizes estabelecidas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA e pelo CMDCA/BH.

10- PROTEÇÃO À POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA – TRANSFORMADOR

Fortalecer, qualificar e ampliar as ações de assistência social, habitação, saúde, resíduos sólidos e trabalho e emprego focadas na população em situação de rua, considerando as diversas necessidades desse público, visando a uma vida com mais dignidade, autonomia e redução das vulnerabilidades.

11- GESTÃO DA POLÍTICA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E DIREITOS HUMANOS

Possibilitar a gestão e assegurar a eficiência e eficácia no planejamento e operacionalização das políticas de assistência social e direitos humanos no município de Belo Horizonte.

12- ABASTECER BH: CULTIVAR A AGROECOLOGIA E O ACESSO À ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Promover o acesso regular a alimentos saudáveis, de qualidade e a preços justos por meio do abastecimento e construção social de mercados e da produção sustentável, por meio do fomento à agricultura urbana e à agroecologia na cidade.

13- COMIDA EM AÇÃO: QUALIFICAÇÃO, NUTRIÇÃO E RENDA

Fomentar a cultura alimentar, a agroecologia e a produção e o consumo de alimentos saudáveis, por meio de ações voltadas para capacitação em gastronomia e agroecologia e de formação em educação alimentar e nutricional.

3.3.2.9. ÁREA DE RESULTADO: ATENDIMENTO AO CIDADÃO E MELHORIA DA GESTÃO PÚBLICA

1 - GESTÃO DO SISTEMA DE CONTROLE INTERNO

1- avaliar o cumprimento das metas previstas no plano plurianual dos programas de governo e dos orçamentos anuais; 2- comprovar a legalidade e avaliar os resultados, quanto a eficácia e eficiência da gestão contábil, orçamentária, financeira e patrimonial; 3- exercer o controle das operações de crédito, avais e garantias, bem como dos direitos e haveres; 4- apoiar o controle externo no exercício de sua missão constitucional; 5- exercer o controle interno, visando fiscalizar o cumprimento das normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal; 6- adoção de medidas necessárias à implementação e funcionamento do sistema integrado de controle interno; 7- instauração e processamento de tomadas de contas especiais; 8- coordenar e supervisionar a atuação da auditoria geral do município, corregedoria geral do município e ouvidoria do município.

2 - GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS

Atuar na gestão de pessoas visando o desenvolvimento e a valorização dos servidores públicos com foco na estratégia organizacional.

3 - ENCARGOS FINANCEIROS MUNICIPAIS

Processar despesas relativas a encargos financeiros em geral, despesas de exercícios anteriores e restituições fiscais.

4 - APORTE DE RECURSOS A ENTIDADES SOCIETÁRIAS

Aumento de capital em empresas cujo município é sócio, proporcional à sua participação na empresa.

5 - GESTÃO DO SISTEMA TRIBUTÁRIO MUNICIPAL

1- Desenvolver as atividades relativas à cobrança de créditos fiscais e tributários inscritos em dívida ativa; 2- Manter coletânea atualizada da legislação tributária municipal, orientando os contribuintes sobre sua correta aplicação; 3- Desenvolver as atividades relativas ao lançamento, arrecadação e fiscalização de tributos mobiliários e imobiliários, mantendo atualizado o cadastro respectivo; 4- Desenvolver as



atividades relativas à cobrança de créditos fiscais e tributários e de fiscalização; 5- Julgar em primeiro grau e grau superior de recursos os processos relativos aos créditos fiscais e tributários do município, observando as normas legais e regulamentares.

6- DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL DO MUNICÍPIO

Prover o cidadão de todas as informações de caráter público geradas pela PBH.

7- ARTICULAÇÃO DE POLÍTICAS

1- disponibilizar informações que subsidiem o relacionamento entre o executivo municipal e os legislativos municipal, estadual e federal; 2 - acompanhar o andamento dos trabalhos legislativos e atuar como referência de interlocução junto à liderança do governo na câmara municipal; 3 - encaminhar junto aos órgãos da administração municipal as demandas dos parlamentares. Sistematizar informações relativas às instâncias de participação direta do executivo; 4 - sistematizar cadastro de entidades da sociedade civil, movimentos sociais e lideranças comunitárias; 5 - a consolidação de uma política pública voltada para os 450 mil jovens de Belo Horizonte motivou a criação, em 2005, da coordenadoria da juventude, órgão ligado à secretaria municipal de governo da PBH.

8- COORDENAÇÃO ESTRATÉGICA DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO

Coordenar a elaboração e a execução das políticas públicas municipais, por meio do planejamento e da gestão do orçamento público, visando a integração das políticas e das atividades e a otimização do gasto dos órgãos e das entidades da administração pública do município de Belo Horizonte.

9- CIDADE INTELIGENTE – TRANSFORMADOR

Tornar Belo Horizonte uma cidade cada vez mais inteligente, que promova qualidade de vida para as pessoas com foco na inclusão, redução das desigualdades, segurança e resiliência, com a ampliação da capacidade de resposta pelo poder público aos desafios urbanos, potencializada pelo uso da tecnologia e pautada pela sustentabilidade e dados abertos.

10- GESTÃO DO PLANEJAMENTO E ORÇAMENTO



1- gerir o processo orçamentário municipal por meio dos instrumentos de planejamento governamental - PPAG, LDO e LOA, acompanhando e avaliando a gestão do orçamento da PBH, do ponto de vista gerencial, legal, escritural e social; 2- analisar a programação orçamentária, à luz da evolução da receita fiscal do município, provisionando recursos durante o exercício financeiro para operação e manutenção dos serviços governamentais; 3- contribuir para o equilíbrio fiscal do município, através do controle eficaz dos créditos orçamentários anuais aprovados; população de bh/escolas de ensino superior/empresas/governos. 4- viabilizar a celebração de instrumentos com ingresso de recursos financeiros no município (operações de crédito, convênios, dentre outros) fornecendo a documentação institucional e fiscal exigida pela legislação vigente, bem como acompanhar a execução e prestação de contas dos mesmos. 5- Acompanhar e manter a adimplência do município junto aos governos federal e estadual, providenciando a renovação das certidões de regularidade municipal. 6. Supervisionar os projetos estratégicos, coordenando a política de contratualização de resultados e o processo de pactuação, formalização, monitoramento e avaliação dos contratos de metas e desempenho.

11- COORDENAÇÃO SUPERIOR MUNICIPAL

1 - produzir e facilitar análises de políticas públicas e temas de interesse do prefeito; 2 - planejar e monitorar a execução do plano de governo; 3 - coordenar, planejar, monitorar, desenvolver, controlar e executar diversas ações institucionais; 4 - coordenar a gestão orientada por resultados, consubstanciada no conjunto de ações funcionais e temáticas, integradas de forma multisetorial e estratégica; 5 - coordenar o plano de desburocratização, adotando as medidas necessárias à implementação nos órgãos e entidades da administração direta e indireta do município; 6 - manter contato permanente com entidades de classe empresariais de Belo Horizonte e do estado de minas gerais, buscando subsídios para atuação do executivo na melhoria constante do ambiente de negócios com vistas ao desenvolvimento econômico do município; 7 - promover atividades artísticas, culturais, ambientais, esportivas, de cidadania e lazer e das áreas da saúde e da educação, de maneira descentralizada e democrática.

12- GESTÃO DA POLÍTICA FISCAL MUNICIPAL

Dar suporte técnico às ações pertinentes à secretaria municipal da fazenda.



13- PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS JURÍDICOS

Cobrança judicial da dívida ativa e defesa judicial nas ações de natureza tributária e fiscal.

14- GESTÃO DA POLÍTICA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Ampliação da infraestrutura lógica, física, de recursos humanos e processos relacionados, necessários para atender ao conjunto de sistemas de informação e para garantir a continuidade da prestação de serviços à PBH, implantando processos para prestação e manutenção de serviços de Tecnologia de Informação e Comunicação - TIC, mantendo atualizado e padronizado o ambiente de desktop da PBH.

15- PREFEITURA MODERNA E EFICIENTE

Melhorar o acesso e a qualidade da prestação dos serviços públicos por meio da melhoria da infraestrutura tecnológica, da simplificação de processos e da modernização administrativa da Prefeitura de Belo Horizonte.

16- ENCARGOS COM INATIVOS DO LEGISLATIVO

Efetuar o pagamento de Inativos do Legislativo.

17- QUALIFICAÇÃO DOS PRÓPRIOS MUNICIPAIS

Promover a manutenção, reforma e/ou ampliação da rede de próprios municipais.

18- APOIO ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO

Apoiar os órgãos setoriais na gestão dos recursos humanos administrativos e financeiros, objetivando a realização das ações governamentais.

3.3.2.10. ÁREA DE RESULTADO: DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO

1 – RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Envidar esforços para que o Município de Belo Horizonte se mantenha como pólo atrativo de grandes eventos internacionais e, ainda, empenhar ações que possam contribuir para o desenvolvimento econômico e social local, inclusive no que se refere



à disseminação local de questões relacionadas aos Direitos Humanos, Cidadania, Igualdade de Gênero, Inclusão Social, algumas das Metas do Milênio propostas pela Organização das Nações Unidas - ONU.

2 - ARTICULAÇÃO DO PLANEJAMENTO DO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO

Garantir condições adequadas às atividades de monitoramento da captação e aplicação de recursos, fomento ao desenvolvimento socioeconômico.

3 - QUALIFICAÇÃO, PROFISSIONALIZAÇÃO E EMPREGO

Fomentar a abertura de escolas profissionalizantes na cidade, bem como ofertar cursos de qualificação e monitoramento de egressos dos cursos, aumentando a possibilidade de inserção do público-alvo no mercado de trabalho formal e em oportunidades de geração de trabalho e renda.

4 - FOMENTO AO TURISMO DE LAZER, EVENTOS E NEGÓCIOS

Crescimento do fluxo turístico e aumento da taxa de permanência na cidade.

5 - FOMENTO AO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Estimular o desenvolvimento econômico de BH e apoiar os empreendimentos da RMBH, oferecendo um ambiente favorável ao negócio de alto valor agregado e nas indústrias do conhecimento, atuando de forma estruturada e articulada com os diversos agentes econômicos nacionais e internacionais para consolidar a cidade de Belo Horizonte como um centro de excelência em empreendedorismo.

6- SIMPLIFICAÇÃO DO LICENCIAMENTO DE OBRAS E EVENTOS – TRANSFORMADOR

Tornar os processos mais ágeis, transparentes e eficientes, por meio do redesenho de processos, redução da burocracia e aumento da integração entre os órgãos responsáveis, facilitando a realização de obras e eventos de forma legal, segura e com estímulo ao desenvolvimento urbano, econômico e cultural.

3.4. Pesquisas e outras informações



- 3.4.1. www.pbh.gov.br
- 3.4.2. <http://portalbelohorizonte.com.br/>
- 3.4.3. <https://www.facebook.com/prefeiturabh>
- 3.4.4. <https://www.instagram.com/prefeiturabh/>
- 3.4.5. <https://www.youtube.com/user/videospbh>

3.5. Princípios da gestão da política de comunicação do Município

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

A Chefia de Comunicação valoriza a publicidade de todos os atos do governo como estratégia para informar o cidadão sobre cotidiano da cidade, a implementação e desenvolvimento de políticas públicas e a gestão do espaço urbano. Sua política de comunicação também estimula valores como a boa convivência urbana, o respeito ao patrimônio público e ao meio ambiente.

3.6. Escopo do trabalho de comunicação a ser empreendido

3.6.1. Acesso à informação e ao conhecimento são fundamentais para consolidação de uma sociedade pautada pela equidade e pela promoção de oportunidades para todos. Logo, objetiva-se, por intermédio de ações de comunicação social, oferecer à população informações e dados cada vez mais relevantes e tempestivos sobre o papel do Poder Executivo municipal e sua relação com o cotidiano da cidade.

Para consolidar esse objetivo, a Chefia de Comunicação empenha esforços para que a publicidade e a transparência dos atos do poder público municipal não se restrinjam à publicação em meios formalmente burocráticos (que consolidam os ritos legislativos, mas que, pelo seu alto grau de complexidade, muitas vezes, se tornam inacessíveis ou de difícil compreensão à grande parte da população). Por meio de um trabalho estratégico de comunicação, a Prefeitura busca ampliar seu contato com a população, mantendo-a



informada, de maneira clara e objetiva, sobre assuntos pertinentes à municipalidade, com observância, evidentemente, dos cuidados em face de limites que o direito apresenta.

Nesse sentido, a política de comunicação social da Prefeitura de Belo Horizonte está em constante processo de revisão e inovação de seus formatos e linguagens, levando em conta, em primeiro lugar, o interesse público e contribuindo para que, por meio de todas essas ferramentas e instrumentos, os cidadãos sejam bem informados sobre as ações e os serviços prestados pela Prefeitura.

Essa comunicação será direcionada ao estrito interesse da sociedade. Sua forma deverá adotar critérios que privilegiem a clareza e a objetividade das mensagens. Todas as campanhas e ações a serem empreendidas divulgarão ações de governo e informações de utilidade e interesse público, visando facilitar e melhorar a vivência coletiva na cidade de Belo Horizonte. Todos os recursos disponíveis no campo da publicidade deverão ser utilizados, conforme demanda, de forma otimizada para garantir a divulgação institucional dos conteúdos definidos em todas as mídias e de todas as formas possíveis (rádio, televisão, jornais, mobiliário urbano, mídias disponíveis em transporte público, portais, sites, redes sociais, revistas, manuais, cartilhas, material educativo, folheterias diversas, novas mídias eletrônicas, dentre outros).

Os conteúdos a serem definidos pela Chefia de Comunicação, objeto de cada campanha e cada peça publicitária, serão pautados em consonância com os Projetos Estratégicos e Projetos Transformadores apresentados no Plano Plurianual de Ação Governamental - PPAG 2026-2029, no qual foram definidas dez Áreas de Resultado que explicitam os objetivos estratégicos dos vários campos de atuação da Prefeitura e que agrupam os programas, projetos e ações municipais. As Áreas de Resultado, que estão sob a égide dos compromissos da gestão são:

- A. Segurança
- B. Saúde
- C. Sustentabilidade Ambiental
- D. Mobilidade Urbana
- E. Habitação, Urbanização, Regulação e Ambiente Urbano
- F. Educação



G. Cultura

H. Proteção Social, Segurança Alimentar e Esportes

I. Atendimento ao Cidadão e Melhoria da Gestão Pública

J. Desenvolvimento Econômico e Turismo

3.6.2. Principais esforços anteriores de comunicação – Principais temas das campanhas publicitárias executadas no período de 2023-2025.

IPTU – Campanha para informar sobre a obrigatoriedade, descontos e prazos para pagamento do Imposto Predial Territorial Urbano – IPTU. A campanha aborda também a correta gestão dos recursos públicos e sua destinação em ações, obras, programas e políticas públicas do município.

EDUCAÇÃO – Campanha que trata da política municipal para a educação infantil, o ensino fundamental e a educação de jovens e adultos, apresentado os serviços disponíveis para os munícipes, nos mais de 500 estabelecimentos que compõem a Rede Municipal de Educação.

PRESTAÇÃO DE CONTAS – Campanha que faz um balanço da performance da Prefeitura e apresenta à população as principais ações realizadas em suas diversas áreas de atuação: saúde, educação, obras, segurança, manutenção urbana etc.

OBRAS – Campanha que tem por objetivo informar à população sobre o andamento das ações de manutenção e das obras da Prefeitura, em especial as de mobilidade, gestão hídrica, urbanização de vilas e favelas, iluminação e segurança pública.

CANAIS DE ATENDIMENTO – Campanha que informa os principais canais de atendimento da Prefeitura. Ela mostra que falar com a Prefeitura é fácil e rápido e que o cidadão dispõe de canais digitais, telefônicos e presenciais para esclarecer dúvidas, fazer reclamações e solicitar serviços.

SAÚDE – As campanhas de saúde informam sobre as ampliações e as novas unidades abertas para a população, bem como os serviços disponíveis no sistema de saúde municipal e a sua melhor forma de utilização. Também são apresentadas as ações que visam garantir os recursos materiais e humanos adequados para a correta prestação dos serviços.



CEROL E LINHA CHILENA – Campanha educativa sobre a proibição do uso de cerol e de linha chilena para soltar papagaios. Mostra que usá-los é considerado crime, e convoca toda a população a colaborar com o poder público, disponibilizando canal de comunicação para denúncias.

LIMPEZA URBANA – Campanha cujo objetivo é mostrar os recursos humanos, materiais e técnicos que são disponibilizados pela Prefeitura para manter a cidade limpa e destinar adequadamente os resíduos urbanos. A Campanha também destaca a importância e a responsabilidade de todos os cidadãos no processo de manutenção da limpeza da cidade.

VACINAÇÃO SARAMPO / POLIOMIELITE / GRIPE / COVID-19 – Campanhas que esclarecem a importância de vacinar crianças contra o sarampo e a poliomielite e a importância da população como um todo, se vacinar contra gripe e covid-19. Ela informa os períodos e em quais equipamentos públicos municipais de saúde as vacinas estão disponíveis.

PREVENÇÃO DE INUNDAÇÕES E DE ACIDENTES EM CASO DE CHUVAS FORTES – A campanha mostra que, embora a Prefeitura invista continuamente em obras e na limpeza de córregos, galerias e bocas de lobo, a cidade enfrenta alagamentos nos períodos de chuvas fortes - muitas vezes causados pela disposição inadequada de lixo - que podem causar acidentes. Ela alerta sobre a importância de todos colaborarem, descartando corretamente seus resíduos e informa sobre os procedimentos em caso de chuvas fortes e alagamentos.

ARRAIAL DE BELÔ – A campanha divulga o tradicional Arraial de Belo Horizonte, um dos principais festejos juninos do país. Ela mostra as principais atrações artísticas, informa sobre os concursos de quadrilhas e convida toda a população a participar do evento e experimentar a gastronomia típica.

CARNAVAL – As campanhas de carnaval, além de apresentar as principais informações sobre a programação na cidade, divulgam mensagens educativas sobre aspectos variados que buscam desde garantir a segurança dos foliões e o respeito ao patrimônio público, até combater a exploração do trabalho infantil, o assédio, o preconceito e a violência.



GENTILEZA E RESPEITO NO TRÂNSITO – Campanha educativa cujo objetivo é incentivar a reflexão e a adoção de comportamentos mais responsáveis no trânsito em motoristas, pedestres, ciclistas e motociclistas.

OPERAÇÃO VIDA NO TRÂNSITO – Campanha educativa que mostra os riscos da imprudência no trânsito, principalmente para pedestres e motociclistas. Ela informa o número de acidentes por ano na cidade e alerta a população sobre a necessidade de mudança de comportamento.

ROTATIVO DIGITAL – Campanha sobre a mudança do sistema de estacionamento rotativo que era feito através de talão. Ela informa sobre o novo sistema digital e ensina como usá-lo, além de mostrar os avanços e benefícios do novo sistema para os motoristas.

FESTIVAIS E ATIVIDADES DA ÁREA CULTURAL (FIQ - Festival Internacional de Quadrinhos, FIT - Festival Internacional de Teatro, FAN - Festival de Arte Negra, Virada Cultural, Descontorno Cultural, Noturno nos Museus etc) – As campanhas das ações e eventos realizados na área cultural tem por objetivos informar as respectivas programações e convidar a população para participar das atividades oferecidas.

AUXÍLIO BELO HORIZONTE - Campanha para informar e divulgar o Auxílio criado para apoiar as famílias mais vulneráveis em função da pandemia de covid-19. O benefício foi instituído pela Lei 11.314/2021, aprovada pela Câmara Municipal de Belo Horizonte.

COVID - Campanhas com o objetivo de informar e divulgar para a população as principais ações da Prefeitura no combate à covid-19. As campanhas também trazem importantes orientações aos cidadãos sobre como proceder para diminuir o risco de contágio, adotando procedimentos tais como lavar as mãos e usar máscara.

CIDADE CRIATIVA DA GASTRONOMIA - Campanha para informar e divulgar o reconhecimento de Belo Horizonte como Cidade Criativa da Gastronomia, concedido pela UNESCO. O reconhecimento contribuiu para o fomento ao turismo, importante vetor de fortalecimento da economia, com possibilidade de geração de emprego e renda para a população.



BH MAIS FELIZ - Campanha para informar e divulgar o conjunto das ações da Prefeitura de Belo Horizonte nas áreas da saúde, educação, social etc. A campanha reforça o posicionamento de que uma cidade mais bem cuidada, com mais saúde, mais cultura, mais obras e etc, é uma cidade mais feliz.

PBH INFORMAÇÕES E SERVIÇOS - Campanha para divulgar informações variadas sobre os diversos serviços prestados pela Prefeitura de Belo Horizonte.

PBH SERVIÇOS DIGITAIS - Campanha para divulgar como acessar digitalmente os diversos serviços prestados pela Prefeitura.

CANAIS DE ATENDIMENTO - Campanha para informar e divulgar os diversos canais de atendimento que podem ser utilizados pelo cidadão para acessar os serviços e políticas públicas da Prefeitura de Belo Horizonte.

ANIVERSÁRIO DE BELO HORIZONTE - Campanha para informar e divulgar as ações mais importantes da Prefeitura e os avanços alcançados nas suas diversas áreas de atuação, e divulgar a programação de comemoração do aniversário da cidade.

INCLUSÃO DIGITAL - Campanha para informar e divulgar o Programa Vila Mais Conectada que leva internet gratuita e com qualidade para vilas, favelas e conjuntos habitacionais da cidade.

3.7. Públicos

3.7.1. O público prioritário das campanhas e ações publicitárias a serem empreendidas é a população de Belo Horizonte e turistas.

3.7.2. São também públicos a serem alcançados por campanhas e ações publicitárias específicas, os que se constituírem de interesse da Administração Municipal pelo potencial que representam para o desenvolvimento do Município, seja por aspectos econômicos, culturais, turísticos ou sociais, além de entidades de classe, meio político, em especial os integrantes da Câmara Municipal de Belo Horizonte, poder judiciário e outras associações representativas de segmentos diversos da sociedade.

3.8. Período

3.8.1. Os períodos e datas de realização das campanhas e peças publicitárias serão definidos de acordo com a necessidade da Administração Municipal e em consonância com o andamento das ações governamentais, durante a vigência dos contratos a serem firmados entre CONTRATANTES e CONTRATADAS.

3.9. *Briefing*

3.9.1. Para efeito de avaliação, os licitantes deverão apresentar uma campanha simulada, dentro do tema “**Belo Horizonte, Prefeitura do Povo. Aqui o trabalho não para**”.

Nessa perspectiva Belo Horizonte deverá ser apresentada como uma cidade moderna, conectada, segura e reconhecida **como importante centro cultural e potencial turístico, centro de um dos maiores carnavais de rua do País**, além da excelência em seus serviços nas áreas de saúde, educação, obras de infraestrutura, mobilidade urbana, inclusão digital e programas de alcance social, principalmente para as camadas mais vulneráveis da população. A campanha deve responder o desafio da Prefeitura de Belo Horizonte em se fazer ser percebida como uma gestão mais próxima das pessoas. Uma gestão séria, responsável e que ama a cidade e, principalmente, ama seu povo.

Informações institucionais

Belo Horizonte foi fundada há 128 anos e possui 2,8 milhões de habitantes espalhados numa área de 331,4 km², com elevação de 852 metros. Belo Horizonte é uma cidade turística completa, famosa pela sua vibrante cena de bares, rica gastronomia (Cidade Criativa da Gastronomia pela UNESCO), o moderno Conjunto da Pampulha (Patrimônio da UNESCO), história mineira, parques arborizados e cultura pulsante, oferecendo desde a Praça da Liberdade até o Mercado Central e o Estádio Mineirão.

1. Contexto

A Prefeitura de Belo Horizonte vem implementando um conjunto estruturado de políticas públicas voltadas à **melhoria da mobilidade urbana**, com foco na ampliação do acesso ao transporte, na fluidez do trânsito, na segurança viária e na qualidade de vida da população.

A mobilidade é um dos principais desafios das grandes cidades e impacta diretamente o cotidiano dos cidadãos, o desenvolvimento econômico e a organização urbana. Nesse sentido, a Administração Municipal tem adotado medidas concretas que combinam **investimento em infraestrutura, ampliação de serviços e inovação na gestão do transporte público**.

Diante desse cenário, torna-se essencial o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação capaz de informar, engajar e conscientizar a população sobre as transformações em curso.

2. Problema de Comunicação

Apesar dos avanços e investimentos realizados, parte da população ainda não tem pleno conhecimento sobre as ações implementadas, seus benefícios diretos e o impacto positivo na mobilidade da cidade.

Há, portanto, a necessidade de:

- Ampliar a visibilidade das ações e programas de mobilidade;
- Traduzir informações técnicas em linguagem acessível;
- Reforçar a percepção de melhoria no dia a dia da população;
- Estimular o uso dos serviços ofertados;
- Consolidar a imagem da Prefeitura como agente ativo na transformação da mobilidade urbana.

3. Objetivos de comunicação

- Informar a população sobre os programas, obras e ações de mobilidade urbana;
- Fortalecer a percepção de melhoria na circulação e no transporte público;
- Estimular o uso consciente e ampliado do transporte coletivo;
- Promover o entendimento sobre os benefícios das intervenções realizadas;
- Posicionar a mobilidade como eixo estratégico de desenvolvimento da cidade.

4. Público-alvo

- Usuários do transporte público (ônibus, especialmente);
- Motoristas e motociclistas;
- Trabalhadores com deslocamentos diários;
- Moradores de regiões impactadas por obras e intervenções;
- População em geral da cidade de Belo Horizonte.

5. Eixos da Comunicação

5.1 Ampliação do Transporte Público

- Programa **Madrugão**: mais de 130 linhas de ônibus operando após a meia-noite, garantindo mobilidade para trabalhadores e usuários em horários noturnos;
- Programa **Catraca Livre**: gratuidade no transporte coletivo aos domingos e feriados, ampliando o acesso à cidade e incentivando o lazer e a convivência urbana.

5.2 Modernização da Frota

- Renovação contínua da frota de ônibus do município;
- Incorporação de aproximadamente **100 novos ônibus zero quilômetro apenas em 2026**;
- Consolidação de Belo Horizonte como detentora de **uma das frotas mais novas do Brasil**, proporcionando mais conforto, segurança, eficiência operacional e menor impacto ambiental.

5.3 Investimentos em Infraestrutura

- Construção e entrega de viadutos e trincheira na Avenida Cristiano Machado;
- Obras do viaduto da região do Belvedere;
- Implantação de pistas exclusivas para ônibus, aumentando a velocidade e eficiência do transporte coletivo;
- Planejamento e execução de novos viadutos no Novo Aneel para melhoria da fluidez do trânsito em pontos estratégicos.

5.4 Gestão e modernização



- Municipalização do Anel Rodoviário, permitindo maior controle da Prefeitura sobre manutenção, segurança e operação do trecho;
- Atuação da BHTRANS com operações constantes para melhoria do tráfego e organização viária;
- Adoção de soluções integradas para tornar o trânsito mais eficiente e seguro.
- Implantação do sistema de semáforos inteligente.

6. Conceito da Campanha

A comunicação deverá destacar a mobilidade como um sistema em transformação, evidenciando que as ações da Prefeitura estão tornando Belo Horizonte **mais ágil, mais conectada e mais acessível para todos**.

A campanha deve traduzir a ideia de que a cidade está em movimento, com soluções concretas que impactam diretamente o dia a dia da população.

7. Tom de comunicação

- Claro, direto e acessível;
- Positivo e propositivo;
- Informativo, sem perder força institucional;
- Próximo do cidadão, valorizando o impacto real das ações.

8. Resultados esperados

- Aumento do conhecimento da população sobre os programas e obras; melhoria da percepção pública sobre a mobilidade urbana;
- Maior adesão ao transporte público;
- Consolidação da imagem da Prefeitura como agente de transformação da cidade

Verba referencial: R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).

- Período de campanha: 30 dias corridos.

Recursos próprios de veiculação:



Portais:

www.pbh.gov.br

www.portalbelohorizonte.com.br

Redes sociais da Prefeitura e da Belotur

Instagram, Facebook, Youtube, TikTok, X, LinkedIn.

Assinatura

BELO HORIZONTE. PREFEITURA DO POVO
AQUI O TRABALHO NÃO PARA.