
TERMO DE REFERÊNCIA
FTP-0001/25

A **COMPANHIA DE GÁS DE MINAS GERAIS – GASMIG**, com sede na cidade de Belo Horizonte – MG, na Av. Barbacena, 1200, 7º andar – Santo Agostinho - Belo Horizonte

- Minas Gerais, inscrita no CNPJ/MF sob n.º 22.261.473/0001-85, torna público que fará realizar **MODO DE DISPUTA, do tipo "Técnica e Preço"**, objetivando a contratação dos serviços de publicidade, discriminados abaixo, através de agência de publicidade e propaganda, observadas as exigências da Lei 13.303/16, as condições do presente Edital, a minuta de Contrato que o integra e seus anexos.

1. OBJETO

- 1.1. O contrato de serviços de publicidade adjudicados à empresa vencedora dessa Licitação terá por objeto somente as atividades de publicidade, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.
- 1.2. Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
- 1.3. Poderão ser incluídos como atividades complementares 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;
 - i.1. as pesquisas e avaliações terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato, incluindo pesquisas de reputação, marca e imagem, utilizadas como subsídios de comunicação bem como de verificação de sua eficácia.
 - 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, para ambiente "On e Off line", em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias

2. INFORMAÇÕES BÁSICAS

2.1. MODO DE DISPUTA FECHADO – TIPO: TÉCNICA E PREÇO

2.2. Regime de Execução: Empreitada por preço global.

2.3. **Prazo de Contratação: 12 (doze) meses**, conforme Minuta de Contrato, podendo o prazo e o saldo serem renovados anualmente, por até 60 (sessenta) meses.

2.4. **Pagamento do Serviço Contratado: 15 (quinze) dias** após a apresentação e aceite das faturas pela **GASMIG**, conforme Minuta de Contrato.

2.5. O objeto licitado será adjudicado para apenas uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias.

2.6. As despesas com o contrato resultante desta concorrência estão estimadas em **R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais)**.

2.7. Será permitida a subcontratação dos serviços de execução externa e de mídia digital (conteúdo, hardware e software), conforme Minuta de Contrato, vedada a subcontratação dos serviços, tais como planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna, cujos quesitos correspondentes foram objeto de pontuação na fase de classificação desta licitação.

2.8. É facultado à Comissão ou à Autoridade Superior, em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do procedimento, no prazo a ser definido pelo Presidente da Comissão, bem como solicitar aos órgãos competentes a elaboração de pareceres técnicos destinados a fundamentar as decisões.

3. ENTREGA DAS PROPOSTAS

A licitação será processada, mediante a entrega, pelos **LICITANTES**, da documentação pertinente em 04 (quatro) envelopes, conforme o que se segue:

3.1. Proposta Técnica apresentada em 3 (três) envelopes, sendo:

- a) 01 (um) para Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE 1);
 - b) 01 (um) para a Proposta Técnica – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE 2);
 - c) 01 (um) para a Proposta Técnica – Conjunto de Informações (ENVELOPE 3).
- 3.2. Proposta Comercial apresentada em 01 (um) envelope (ENVELOPE 4)
- 3.3. Documentos de habilitação apresentados, após convocação, em 01 (um) envelope (ENVELOPE 5), apenas pelos **LICITANTES** classificados no julgamento final.
- 3.4. O Envelope 1 – Plano de Comunicação Via Não Identificada não deverá conter qualquer tipo de identificação e será fornecido pela **GASMIG** nos termos do item 4.6.
- 3.5. A abertura das Propostas será em reunião pública, a ser realizada na mesma data e imediatamente após a entrega das propostas.
- 3.6. O Envelope 5 contendo os Documentos de Habilitação, será entregue nos termos de convocação específica daqueles licitantes classificados no julgamento final das Propostas Técnica e Comercial.
- 3.7. As Propostas e os Documentos de Habilitação entregues abertos, por e-mail serão desconsiderados. Será facultado às **LICITANTES** a remessa da documentação e proposta pelo correio ou qualquer meio similar, mediante processo que assegure o indispensável sigilo, com a comprovação de data e hora de entrega.
- 3.8. Encerrado o prazo para a entrega dos envelopes, não serão aceitas alterações, complementações e nem inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente da Proposta, ressalvado o disposto no item 2.8.
- 3.9. A **GASMIG** não considerará propostas entregues com atraso, independentemente dos fatos que ocasionaram os atrasos, ainda que decorrentes de caso fortuito ou força maior.
- 3.10. A não apresentação, no momento próprio, de qualquer documento exigido neste Edital, implicará a rejeição da proposta da interessada ou a sua inabilitação ou desclassificação, conforme o caso.

4. PROPOSTA TÉCNICA

- 4.1. A Proposta Técnica, cujo conteúdo é especificado no Anexo E, será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no *Briefing* (Anexo D) e de um conjunto de informações referentes ao **LICITANTE**.

- 4.2. A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação das **LICITANTES** para a execução do objeto desta licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido neste Edital ensejará a desclassificação da Proposta.
- 4.3. Todos os conteúdos deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos de uso corrente, sem emendas, ressalvas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente.
- 4.4. A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos especificados, em laudas quantificadas adiante, cada uma contendo no máximo **25 linhas, com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita a partir da borda**, em fonte arial, corpo 12, com espaçamento **entre as linhas** que permita uma leitura clara, **com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página**. Exceção para o item referente ao Portfólio, que deverá ser apresentado em anexo.
- 4.5. A Proposta Técnica – Envelopes 1, 2 e 3 – deverá ser elaborada em estrita observância das condições indicadas no *Briefing* e deverá ser apresentada em 3 (três) envelopes distintos, lacrados.
- 4.6. O Envelope 1, destinado à apresentação da Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e fornecido previamente pela **GASMIG**, sem nenhum tipo de identificação.
 - 4.6.1. Será vedada a aposição, a qualquer parte do envelope ou da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer elemento que possibilite a identificação do **LICITANTE** antes da abertura do invólucro. O envelope não poderá ainda estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação do **LICITANTE**.
 - 4.6.1.1. O envelope deverá ser retirado na recepção da sede da GASMIG, localizado na Av. Barbacena, 1.200 – 7º andar, Bairro Santo Agostinho, na cidade de Belo Horizonte – MG.
- 4.7. Ao Envelope 3, destinado à apresentação da Proposta Técnica – Conjunto de Informações, será vedada a aposição 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 envelopes, assim como dos documentos neles contidos.
- 4.8. Será desclassificado, incluindo, mas não se limitando, o **LICITANTE** que descumprir o disposto nos subitens 4.6.1 e 4.7.
- 4.9. A Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – contida no Envelope 2 – terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

- 4.10. Os envelopes 2 e 3 deverão ser providenciados pelo **LICITANTE** e poderá ser constituído de embalagem adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

5. PROPOSTA COMERCIAL

- 5.1.A Proposta Comercial – Envelope 4, deve estar vinculada ao objeto licitado, item 1 e deverá observar o seguinte:

- 5.1.1. Deverá ser apresentado percentual de desconto, a ser ofertado pelo **LICITANTE**, de, no mínimo, 50% (cinquenta por cento) e, no máximo, de 75% (setenta e cinco por cento), incidentes sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo **LICITANTE**.
- 5.1.2. A **GASMIG** pagará o percentual de 5% (cinco por cento), a título de honorários, incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, quando a responsabilidade da Agência não envolver qualquer tipo de criação e limitar-se exclusivamente à contratação, acompanhamento e pagamento do serviço ou suprimento. Os serviços deverão ser precedidos de cotações de preços com no mínimo 3 (três) fornecedores e contratado o menor preço.
- 5.1.3. A **GASMIG** pagará o percentual de 5% (cinco por cento), a título de honorários, incidente sobre os preços de serviços prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, tais como games, blogs, hotsites, aplicativos, portais, realidade virtual.
- 5.1.4. A **GASMIG** pagará o percentual de 10% (dez por cento), a título de honorários, incidente sobre os preços de suprimentos externos, e serviços prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material. Os serviços deverão ser precedidos de cotações de preços com no mínimo 3(três) fornecedores e contratado o menor preço.
- 5.1.4.1. Compreende-se por suprimentos externos a contratação de serviços ou suprimentos para produção de “Spot”, Vídeo, material promocional, outros serviços de natureza multimídia.
- 5.1.4.2. Quando houver a necessidade de contratação de serviços gráficos diversos, incluindo produção e/ou instalação de placas para atendimento do objeto ora licitado, caberá à Gerência de Comunicação Social – CS da Gasmig, avaliar a necessidade de prazo e, caso seja necessário, realizar a cotação de preços, nos termos da legislação aplicável, e encaminhar a documentação original referente à cotação para agência de publicidade para os procedimentos cabíveis.
- 5.1.4.3. O disposto no item acima não se aplica nas situações em que o procedimento ali previsto não permitir a agilidade necessária, comprovada a necessidade de urgência, bem como nos casos em que houver a possibilidade de comprometimento da qualidade dos trabalhos, em virtude das especificações

técnicas exigidas. Ambas as situações deverão ser formalmente fundamentadas e justificadas pela agência contratada e autorizadas pela Gerência de Comunicação Social – CS da Gasmig.

- 5.1.4.4. A conferência e a auditoria serão realizadas diretamente pela Gerência de Comunicação Social- CS.
- 5.1.5. Quando se tratar de veiculação de publicações legais (editais, avisos, comunicados), serão praticadas as seguintes taxas de remuneração:
- 5.1.5.1. 5% (cinco por cento) quando se tratar de veiculação local, estadual e nacional;
- 5.1.5.2. 10% (dez por cento) quando se tratar de veiculação internacional.
- 5.1.6. Relativamente à veiculação, os serviços publicitários de que trata este Edital serão remunerados considerando-se o desconto concedido pelos veículos sobre seus preços de tabela, de acordo com o Anexo G - Normas do Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP, incorporadas à legislação pertinente ao assunto, a saber:

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto

- 5.2. A Proposta Comercial deverá ser redigida em português, impressa por processo eletrônico, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, em papel timbrado ou com carimbo padronizado da **LICITANTE**. Deverá ser datada e assinada na última folha, com o nome legível do signatário. Deverá conter a denominação social, o endereço com CEP, telefone, e-mail e o número desta Concorrência. Quando apresentada em cópia, deverá estar devidamente autenticada na forma da lei.
- 5.3. No preço global cotado, ofertado pela **LICITANTE**, deverão estar inclusos todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita realização dos serviços objeto desta licitação, de responsabilidade da licitante, tais como: despesas com mão-de-obra, incluindo sobreaviso e horas-extras, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte da equipe da licitante, materiais, equipamentos, frete, seguros, tributos e contribuições para fiscais, assim como o lucro e custos de administração, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.
- 5.4. Não será concedido prazo adicional para apresentação ou complementação dos documentos ou permitida a sua retificação.
- 5.5. Dentro do Envelope 4, os Proponentes deverão apresentar 01 (uma) via da Proposta Comercial. Deverão constar na Proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do Anexo B – Modelo de Carta Proposta, apresentado neste Edital.
- 5.6. O prazo de validade da Proposta Comercial não poderá ser inferior a 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação.

6. DO PROCESSAMENTO DO

MODO DE DISPUTADas

Comissões – Membros

- 6.1. A Licitação será processada e julgada por uma Comissão Permanente, designada por ato da Autoridade Competente, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.
- 6.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por

Subcomissão Técnica, constituída por 3 (três) membros, dos quais 1/3 (um terço) devem ser formados em Comunicação, Publicidade ou *Marketing* ou atuar em uma dessas áreas, e designada por ato da Autoridade Competente.

Do Processamento e Julgamento das Propostas

6.3. Os envelopes com as Propostas Técnicas (Envelopes 1 a 3) e as Propostas de Preços (Envelope 4) serão entregues à Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados conforme aviso publicado no siteda **GAS MIG e no Diário Oficial de Minas Gerais**. Os representantes legais das **LICITANTES**, ou seus procuradores regularmente constituídos e presentes, assinarão a Lista de Presença, após o que será declarada aberta a reunião.

6.3.1. É vedada a participação dos membros designados para a Subcomissão Técnica na sessão de recebimento e abertura dos 3 envelopes com as Propostas Técnicas e Comercial.

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

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

6.6. Recebidos os envelopes, a Comissão Permanente de Licitação abrirá o **Envelope 1 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via Não Identificada e Envelope 3 – Proposta Técnica - Conjunto de Informações**. As propostas serão rubricadas pelos seus respectivos membros e pelos representantes das **LICITANTES** presentes à sessão, facultada a designação de um deles para representar todas as **LICITANTES**.

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

6.8. A Subcomissão Técnica procederá à análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Envelope 1) e do Conjunto de Informações (Envelope 3), respeitado o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos

no Anexo F, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto no subitem 4.7.

- 6.9. 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 Permanente de Licitação juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.
- 6.10. Recebidas as atas de julgamento, a Comissão Permanente de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:
- a) Abertura do Envelope 2 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
 - b) Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.
 - c) Verificação da Pontuação Total obtida pelos **LICITANTES**, considerados os Envelopes 1 e 3, julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista no item 7 do Anexo F e desclassificação daqueles que não obtiverem a pontuação mínima exigida de 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1).
 - d) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se a classificação dessa etapa, observado o disposto no item 8 do Anexo F.
 - e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

6.11. A avaliação dos documentos de habilitação será feita com base nas disposições previstas na Sessão V do Edital, sendo consideradas habilitadas as proponentes que atenderem a todas as exigências previstas.

7. DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

- 7.1. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à **GASMIG** para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação.
- 7.1.1. Pertencem à **GASMIG** as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.
- 7.1.1.1. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação pela **CONTRATADA**, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 7.1.1 acima.
- 7.2. A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem 7.1.1.1 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.
- 7.3. Sob pena de aplicação das sanções previstas no Art. 179 do Regulamento de Licitações e Contratos da Gasmig, a **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo previstos no subitem 7.1.1.1 aos interesses das **GASMIG**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.
- 7.4. O desrespeito ao disposto no item acima constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no Art. 179 do Regulamento de Licitações e Contratos da Gasmig.
- 7.5. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar

e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

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

7.7. A **CONTRATADA** somente poderá assumir qualquer encargo de publicidade, promoção ou comunicação em empresa concorrente da **GASMIG** durante a vigência deste contrato, com a anuência da mesma.

8. ANEXOS QUE INTEGRAM ESTE EDITAL

ANEXO A – Condições Gerais para Apresentação das Propostas

ANEXO B – Modelo de Proposta Comercial

ANEXO C – Lista de Referência de Custos Internos do SINAPRO/MG

ANEXO D – “*Briefing*”

ANEXO E – Conteúdo da Proposta Técnica

ANEXO F – Procedimento para Julgamento das Propostas

ANEXO G - Normas-Padrão da Atividade Publicitária

ANEXO H – Manual de aplicação da Marca GASMIG