

APÊNDICE IV

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Institucional	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Institucional
	III. Solução de Comunicação Institucional
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	
3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional	

1.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

1.1.2. A Proposta Técnica será apresentada em três vias (digitais, se for o caso) distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante (Capacidade de Atendimento e Relatos de Comunicação Institucional);

1.1.3. O Plano de Comunicação Institucional será apresentado em duas vias impressas, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

1.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea „c2” do subitem 1.2.2 deste Apêndice;
- d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3 deste Anexo;
- i) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) Sem identificação da licitante; e
- k) Não é permitida a utilização de negrito, itálico, sublinhado, caixa alta e impressão em frente e verso.**

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea „b“ do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6 deste Apêndice.

1.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Institucional poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) Poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;
- c) As páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - d) Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4; e
 - e) Impressas na orientação paisagem.

1.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Plano de Implementação poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;
- c) Ter qualquer tipo de formatação de margem; e
- d) Ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4. Os exemplos de ações e/ou materiais integrantes do subquesto Solução de Comunicação Institucional deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea „a“ do subitem 1.2.

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto em Edital.

1.2.5. O Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Institucional e da relação prevista na alínea „a“ do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.

1.2.7. Os textos do Plano de Implementação não têm limitação quanto ao número de páginas.

1.2.8. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Institucional e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada com base no *Briefing* (Apêndice 3), observadas as seguintes disposições:

1.3.1. Subquesto 1 – Raciocínio Básico – a licitante deverá descrever sua apresentação de acordo com o item 2.2.1.1.

1.3.2. Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Institucional – a licitante deverá descrever sua apresentação de acordo com o item 2.2.1.2.

1.3.2.1. A licitante não poderá contemplar na Estratégia de Comunicação Institucional atividades de promoção e a realização de eventos, sem vínculo com a natureza de uma ação de comunicação institucional, de relacionamento com a imprensa e de relações públicas.

1.3.3. Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional – apresentação das ações e/ou materiais de comunicação institucional de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

a) Relação de todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma;

b) Exemplos das ações e/ou materiais de comunicação institucional que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1. O detalhamento mencionado na alínea „a“ do subitem 1.3.3 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou instrumento de comunicação

institucional, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.3.3.2. Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou materiais de comunicação institucional superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea „a“ do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

1.3.4. Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional de que trata a alínea „b“ do subitem 1.3.3 estão limitados a 05 (cinco), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) Roteiro, leiaute ou storyboard impressos;
- b) Storyboards animados ou animatics; e
- c) ‘Monstros’ ou leiautes eletrônicos;

1.3.4.1. Os storyboards e os leiautes impressos e/ou montados devem preservar a capacidade de leitura dos textos e das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 1.2.4.

1.3.4.2. No storyboard animado ou no animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

1.3.4.3. Nos „monstros“ ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou materiais de comunicação institucional, como imagens em movimento, trilha sonora, e locução.

1.3.4.4. O „monstro“, o leiaute eletrônico, o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em pen drive, executável em sistema operacional Windows.

- a) No pen drive não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.4.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para materiais finalizados, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

1.3.4.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea “a” do subitem 1.3.3 deste anexo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou material de comunicação institucional.

1.3.4.7. Para fins de cômputo das ações e/ou materiais de comunicação institucional que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 05 (cinco), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) As variações de abordagem dos textos produzidos serão consideradas como novos exemplos;
- b) Cada mapa de formadores de opinião/público-alvo relacionado aos diferentes aspectos do Briefing será considerado - 01 (um) novo exemplo;
- c) Um media training estruturado em módulos distintos para diferentes públicos será considerado - 01 (um) exemplo;
- d) Um vídeo release (ou uma sonora) e a página na internet onde ficará hospedado - serão considerados 02 (dois) exemplos; e
- e) Um manual distribuído em um treinamento - serão considerados 02 (dois) exemplos.

1.3.5. Subquesto 4 – Plano de Implementação – a licitante deverá descrever sua apresentação de acordo com o item 2.2.1.4.

1.3.5.1. As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto no subitem 1.3.4, com base:

- a) Na verba referencial para investimento, estabelecida no Briefing do Apêndice 3;
- b) Nos valores cheios dos preços unitários previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Apêndice 1.

1.3.5.2. Todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que integrem a relação prevista na alínea „a“ do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

1.4. O Plano de Comunicação Institucional – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou materiais da Solução de Comunicação Institucional, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

- a) Ter a identificação da licitante;
- b) Ser datado; e
- c) Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes

de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

1.5.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) Relação nominal dos seus principais clientes (pessoa jurídica): atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) de, no máximo, 4 (quatro) clientes diferentes para os quais a licitante prestou serviços de comunicação institucional, a partir de 01.01.2020, com a especificação do objeto do contrato, o valor executado anualmente pelo licitante e o período de atendimento de cada um deles, os quais serão valorados de acordo com o item 2.2.2 - Capacidade de Atendimento;

b) O(s) atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) deverá(ão) ser fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) ter a empresa licitante executado serviços de comunicação institucional, pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação;

c) Sistemática Operacional de Atendimento: declaração em que discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, para entrega dos materiais de comunicação institucional; e

d) É vedada a apresentação de contrato ou declaração referentes à prestação de outros serviços de comunicação prestados ao declarante, tais como comunicação digital e live marketing (promoção), dentre outras, alheias ao objeto de contratação.

1.6. Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou materiais de comunicação institucional que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.6.1. Os documentos, as informações e as ações e/ou materiais dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6.2. A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos, cada um com o máximo de 05 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação institucional propostas

pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

- a) Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) Não pode referir-se a ações de comunicação institucional solicitadas ou aprovadas pela SECOM/PR, no âmbito de seus contratos; e
- d) Deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

1.6.2.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.6.2. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.6.2.2. Os Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2020.

1.6.3. É permitida a inclusão de até 03 (três) ações e/ou materiais de comunicação institucional, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

- a) Na versão digital: deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;
- b) Na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais; e para cada ação e/ou material de comunicação institucional, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1. As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice.

2.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

2.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional

2.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

I- A licitante deverá demonstrar, com clareza, sua compreensão acerca do(a):

- a) Papel da ASOM na comunicação institucional do Ministério da Fazenda;
- b) Análise das características e especificidades da ASCOM do Ministério da Fazenda e do seu papel no contexto na qual se insere;
- c) Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação institucional identificadas;
- d) Relação do Ministério da Fazenda com seus diferentes públicos; e
- e) Desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

II- Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação - Raciocínio Básico				
Subquesto	Conceito/Descrição	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Raciocínio Básico	Atendimento de 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	8,1 a 10,0	1	10
	Atendimento de 4 itens das alíneas do critério de avaliação.	6,1 a 8,0		
	Atendimento de 3 itens das alíneas do critério de avaliação.	4,1 a 6,0		
	Atendimento de 2 itens das alíneas do critério de avaliação.	2,1 a 4,0		
	Atendimento de 1 item das alíneas do critério de avaliação.	0,1 a 2,0		
	Não atendimento dos 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentação.	0 (zero)		

III- A licitante que zerar qualquer quesito ou subquesto do Plano de Comunicação Institucional será desclassificada;

2.2.1.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Institucional

I- A licitante deverá explicitar e defender sua estratégia de acordo com o raciocínio básico apresentado, apontando:

- a) A explicitação e a defesa das recomendações a serem observadas pela ASCOM do Ministério da Fazenda no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse vinculados à temática do Briefing;
- b) Proposição e defesa dos pontos centrais da proposta no que tange ao que fazer, quando fazer e como fazer;
- c) Proposição e defesa dos pontos centrais da proposta no que tange quais recursos ou instrumentos de comunicação institucional que deverão ser utilizados;

d) Proposição e defesa dos pontos centrais da proposta no que diz respeito às diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; e

e) Quais os efeitos e resultados esperados.

II- Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação - Estratégia de Comunicação Institucional				
Subquestito	Conceito/Descrição	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Estratégia de Comunicação Institucional	Atendimento de 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	8,1 a 10,0	1,5	30
	Atendimento de 4 itens das alíneas do critério de avaliação.	6,1 a 8,0		
	Atendimento de 3 itens das alíneas do critério de avaliação.	4,1 a 6,0		
	Atendimento de 2 itens das alíneas do critério de avaliação.	2,1 a 4,0		
	Atendimento de 1 item das alíneas do critério de avaliação.	0,1 a 2,0		
	Não atendimento dos 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentação.	0 (zero)		

III- O licitante que zerar qualquer quesito ou subquestito do Plano de Comunicação Institucional, será desclassificado.

2.2.1.3. Subquestito 3 – Solução de Comunicação Institucional

I- A licitante deverá apresentar, em cada solução, de forma objetiva, através de informações e texto, de acordo com a estratégia proposta o(a):

a) Alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação institucional com a estratégia proposta;

b) Pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do Ministério da Fazenda e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) Adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e a sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do Ministério da Fazenda;

d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam; e

e) Funcionalidade das ações e/ou materiais propostos e a exequibilidade com base no investimento disponível.

II- Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação - Solução de Comunicação Institucional				
Subquestito	Conceito/Descrição	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Solução de Comunicação Institucional	Atendimento de 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	8,1 a 10,0	2,5	25
	Atendimento de 4 itens das alíneas do critério de avaliação.	6,1 a 8,0		
	Atendimento de 3 itens das alíneas do critério de avaliação.	4,1 a 6,0		
	Atendimento de 2 itens das alíneas do critério de avaliação.	2,1 a 4,0		
	Atendimento de 1 item das alíneas do critério de avaliação.	0,1 a 2,0		
	Não atendimento dos 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentação.	0 (zero)		

III- O licitante que zerar qualquer quesito ou subquestito do Plano de Comunicação Institucional, será desclassificado.

2.2.1.4. Subquestito 4 – Plano de Implementação

I- A licitante deverá apresentar e defender plano de implementação que contemple:

- a) A adequação de cronograma físico-financeiro, com valores absolutos e percentuais, do investimento alocado no Briefing;
- b) A demonstração, de forma clara, do grau de eficiência do plano de implementação;
- c) A demonstração da economicidade e da otimização dos recursos financeiros apontados no Briefing;
- d) Plano de continuidade das ações de comunicação institucional;
- e
- e) A demonstração de todos os itens acima, no sentido de atender os públicos-alvo do Ministério da Fazenda.

II- Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação - Plano de Implementação				
Subquestito	Conceito/Descrição	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Plano de Implementação	Atendimento de 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	8,1 a 10,0	2,5	15
	Atendimento de 4 itens das alíneas do critério de avaliação.	6,1 a 8,0		
	Atendimento de 3 itens das alíneas do critério de avaliação.	4,1 a 6,0		
	Atendimento de 2 itens das alíneas do critério de avaliação.	2,1 a 4,0		
	Atendimento de 1 item das alíneas do critério de avaliação.	0,1 a 2,0		

	Não atendimento dos 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	0 (zero)	
	Não apresentação.	0 (zero)	

III- O licitante que zerar qualquer quesito ou subquesito do Plano de Comunicação Institucional, será desclassificado.

2.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

I - Cada licitante poderá apresentar no máximo 5 (cinco) contratos na soma total de todos os níveis, visando a obtenção de nota e pontuação no Quesito 2 - Capacidade de Atendimento.

II - Poderão ser apresentados contratos em apenas um nível específico ou em níveis variados, conforme Tabela de Pontuação - Capacidade de Atendimento, sendo que os pontos de cada nível serão cumulativos. Cada contrato obterá a nota individual prevista na coluna "Nota" da Tabela de Pontuação - Capacidade de Atendimento.

III - A pontuação máxima que poderá ser obtida no Quesito 2 - Capacidade de Atendimento será de 15 pontos, mesmo que a soma de suas notas multiplicadas pelo peso ultrapasse essa pontuação.

Tabela de Pontuação - Capacidade de Atendimento					
Subquesito	Conceito/Descrição		Nota	Peso	Pontuação Máxima
Capacidade de Atendimento	<u>Nível A:</u> apresentação de contrato em valor não inferior a R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais).	Para cada cliente nível "A" apresentado	1,25	3	10
	<u>Nível B:</u> apresentação de contrato em valor acima de R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais) e inferior a R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais).	Para cada cliente nível "B" apresentado	1		
	<u>Nível C:</u> apresentação de contrato em valor acima de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) e inferior a R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais).	Para cada cliente nível "C" apresentado	0,75		
	<u>Nível D:</u> apresentação de contrato em valor não inferior a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).	Para cada cliente nível "D" apresentado	0,5		

2.2.2.1. Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional

2.2.2.1.1 A licitante deverá apresentar relatos/casos de soluções de comunicação institucional que compreendam:

- a) A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação institucional em cada relato;
- b) A demonstração de que a solução de comunicação institucional contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação institucional do cliente;
- c) A complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) A qualidade da execução das ações e/ou peças de comunicação institucional desenvolvidos pela licitante para seu cliente;
- e) A encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

Tabela de Pontuação - Relatos de Soluções de Comunicação Institucional				
Subquesto	Conceito/Descrição	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Solução 01	Atendimento de 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	8,1 a 10,0	0,5	5
	Atendimento de 4 itens das alíneas do critério de avaliação.	6,1 a 8,0		
	Atendimento de 3 itens das alíneas do critério de avaliação.	4,1 a 6,0		
	Atendimento de 2 itens das alíneas do critério de avaliação.	2,1 a 4,0		
	Atendimento de 1 item das alíneas do critério de avaliação.	0,1 a 2,0		
	Não atendimento dos 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentação.	1 (zero)		

Tabela de Pontuação - Relatos de Soluções de Comunicação Institucional				
Subquesto	Conceito/Descrição	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Solução 02	Atendimento de 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	8,1 a 10,0	0,5	5
	Atendimento de 4 itens das alíneas do critério de avaliação.	6,1 a 8,0		
	Atendimento de 3 itens das alíneas do critério de avaliação.	4,1 a 6,0		
	Atendimento de 2 itens das alíneas do critério de avaliação.	2,1 a 4,0		
	Atendimento de 1 item das alíneas do critério de avaliação.	0,1 a 2,0		
	Não atendimento dos 5 itens das alíneas do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentação.	1 (zero)		

2.2.2.2. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas no subitem 1.6.2 para apresentação de Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a

proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas neste Apêndice.

2.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Anexo.

2.3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA
1.Plano de Comunicação Institucional		70	
Subquesitos	I.Raciocínio Básico	10	
	II.Estratégia de Comunicação Institucional	30	
	III.Solução de Comunicação Institucional	25	
	IV.Plano de Implementação	15	
2.Capacidade de Atendimento		10	
3.Relatos de Solução de Comunicação Institucional		10	
	I. Relato 01	5	
	II. Relato 02	5	
Pontuação Total		100	

2.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

2.3.3.1. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

2.3.3.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, 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 ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

2.3.4. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Institucional; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

2.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 2.5 deste Anexo.

2.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) Não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos; e/ou

c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

2.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Institucional, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

2.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em sessão ou ato público, com data previamente divulgada e participação de todas as licitantes.

3. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

3.1 O julgamento final das Propostas Técnicas será feito de acordo com o critério de julgamento “técnica e preço”.

3.2 Será vencedora do Procedimento Licitatório a licitante que mantenha as condições de participação estabelecidas neste Edital e que:

a) Tenha sido mais bem classificada no julgamento das Propostas Técnicas e Preço de acordo com os parâmetros de preços estabelecidos neste Edital;

b) Tenha sido habilitada, observadas as disposições do Edital.

3.3. A licitante vencedora do Procedimento Licitatório será convocada para que encaminhe, no prazo máximo de 24 (vinte quatro) horas contado a partir da convocação pela Comissão de Licitação, a planilha de composição de preços, conforme modelo constante do Apêndice , devidamente ajustada em decorrência do percentual de desconto oferecido a incidir sobre os preços dos produtos e serviços essenciais constantes do Apêndice do Anexo do Edital.