



**MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA**  
Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

**APÊNDICE II**

**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:

<b>QUESITOS</b>	<b>SUBQUESITOS</b>
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.

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

- a) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- b) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato, alinhamento justificado do texto
- c) espaçamento de 3 cm na margem esquerda, 3 cm na direita, 2,5 cm superior e 2,5 cm inferior a partir das respectivas bordas;
- d) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- e) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, no tamanho 12 pontos;
- f) numeração de todas as páginas; no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos
- g) sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou peças de



## MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA

Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

comunicação Institucional.

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

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos, fonte arial;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
  - c1) 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;
  - c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.4 Os exemplos de ações e/ou peças integrantes do subquesito Solução de Comunicação Institucional deverão ser apresentados conforme a liberalidade do licitante desde que se adeque às dimensões do Invólucro nº 2

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 3.

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 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.

1.2.8 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Institucional e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.2.6

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

### 1.3.1 Subquesito 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação Institucional identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

### 1.3.2 Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Institucional – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos



## MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA

Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Institucional;
- b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação Institucional utilizar; que outros ambientes, meios e plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagueamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.

**1.3.3 Subquesito 3 – Solução de Comunicação Institucional** – apresentação das ações e/ou peças de comunicação Institucional de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

- a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação Institucional que a licitante julga necessárias 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 peças de comunicação Institucional que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente 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 peça 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 peças 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 peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação Institucional de que trata a alínea ‘b’ do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) ‘monstro’ ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) ‘boneca’ ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

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

1.3.3.3.2 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.

1.3.3.3.3 Nos ‘monstros’ ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou peça de comunicação Institucional, como naveabilidade, funcionalidade, imagens em movimento, trilha sonora, voz de personagens e locução.

1.3.3.3.4 O ‘monstro’ ou leiautes eletrônicos e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.



## MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA

Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

1.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciente, somente a marca do seu fabricante.

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

1.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou peça de comunicação Institucional.

1.3.3.4 Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação Institucional que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos;
- b) uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única;
- c) uma *landpage* e todas as suas páginas serão considerados 01 (um) exemplo;
- d) um vídeo e uma *landpage* que o hospeda serão considerados 02 (dois) exemplos;
- e) um *post* e a *landpage* por ele direcionada serão considerados 02 (dois) exemplos.

**1.3.4 Subquesito 4 – Plano de Implementação** – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação Institucional constantes de sua proposta, contemplando:

- a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação Institucional, com os respectivos públicos e períodos;
- b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação Institucional, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica;

1.3.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

- a) na verba referencial para investimento, estabelecida no *Briefing* do Apêndice III-A;
- b) nos valores cheios previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Apêndice I;

1.3.4.1.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de mercado a que se refere a alínea 'c' do subitem 1.3.4.1 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

1.3.4.2 Todas as ações e/ou peças de comunicação Institucional que integrarem 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 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 peças da Solução de Comunicação Institucional, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:



## MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA

Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

- I- ter a identificação da licitante;
- II- ser datado;
- III- 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 atestados de prestação de serviços de até 5 (cinco) clientes nacionais e/ou regionais que preencham os requisitos a seguir:

- a) a comprovação do número de clientes será efetuada por atestado de prestação de serviços emitido pelo cliente, em documento original, informando ser ou ter sido cliente da licitante por, no mínimo, 12 (doze) meses de forma ininterrupta. O atestado deverá descrever as soluções de comunicação Institucional desenvolvidas, a especificação do início de atendimento, bem como o objeto do contrato e os serviços e produtos prestados a cada um. Considerará como clientes nacionais aqueles que estejam em funcionamento em diferentes regiões do país, sendo no mínimo 15 (quinze) Estados. Considerará como clientes regionais aqueles que estejam em funcionamento em, no mínimo, 1 (um) Estado ou região metropolitana, que podem envolver mesorregiões ou microrregiões, conforme definido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE;
- b) os cases inerentes dos seus principais clientes de porte nacional e/ou regional, com o devido período de atendimento; e
- c) atributos da equipe de atendimento ao CONTRATANTE, sob a forma de currículo resumido (deverá constar no mínimo: nome, formação acadêmica e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

**1.6 Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou peças 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 peças 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 3.



## MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA

Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

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:

- I- deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- II- deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- III- não pode referir-se a ações de comunicação Institucional solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;
- IV- 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 A assinatura do cliente para validar o relato poderá ser realizada através de plataformas de assinatura Institucional, admitindo-se expressamente tal meio como válido, nos termos do permissivo contido no §2º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200-2/2001.

1.6.2.3 Os Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 2 anos anteriores a este certame.

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

- I- na versão Institucional: deverão ser fornecidas somente em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;
- II- 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;
- III- para cada ação e/ou peça 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

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;



## MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA

Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação Institucional identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

### 2.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Institucional

- a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação Institucional do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos;
- c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Institucional pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Institucional proposta e os efeitos e resultados esperados;
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Institucional, considerada a verba referencial estabelecida no *Briefing*.

### 2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Institucional

- a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação Institucional com a estratégia proposta;
- b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação Institucional ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação Institucional com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam;
- e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, naveabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;
- g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação Institucional, com base no investimento disponível.

### 2.2.1.4. Subquesito 4 – Plano de Implementação

- a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação Institucional, considerado o grau de



## MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA

Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no *Briefing*;

- b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no *Briefing*, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta;
- c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso;
- d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação Institucional, se for o caso.

### 2.2.2. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

- a) a posição geográfica dos clientes apresentados pelas licitantes, conforme métrica estabelecida no quesito 2;
- b) o porte de atendimento de cada um dos clientes apresentados; e
- c) a experiência dos profissionais da licitante no objeto a ser contratado e as qualificações desses profissionais às necessidades do CONTRATANTE conforme exigidas nos quesitos e subquesitos deste apêndice

### 2.2.3. **Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional**

- 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 do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação Institucional desenvolvidas pela licitante para seu cliente;
- e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

2.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos 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 Apêndice.

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

	<b>QUESITOS PONTUAÇÃO</b>	<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>
<b>1. Plano de Comunicação Institucional</b>		<b>80</b>
	Raciocínio Básico	10
	Estratégia de Comunicação Institucional	30



**MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA**  
Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

<b>SUBQUESITOS</b>	Solução de Comunicação Institucional	20
	Plano de Implementação	20

<b>SUBQUESITOS</b>	<b>2. Capacidade de Atendimento</b>	
	Relação de clientes	5,0
	5 ou mais clientes com atuação nacional	5,0
	3 ou 4 clientes com atuação nacional	3,0
	1 ou 2 clientes com atuação nacional	2,0
	Apenas clientes com atuação regional	1,0
	<b>Capacidade de equipe</b>	
	1. Formação acadêmica dos principais responsáveis técnicos da licitante <b>(Total - 3 pontos)</b>	Para cada profissional com mestrado em Comunicação ou Marketing Para cada profissional com pós-graduação em Comunicação ou Marketing Para cada profissional com formação em outras áreas
	2.Experiência profissional dos 3 principais responsáveis técnicos da licitante <b>(Total - 2 pontos)</b>	Mais de 30 anos somados Entre 20 e 29 anos somados Entre 9 e 28 anos somados Até 8 anos somados

<b>3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional</b>	<b>10</b>
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

2.3.2.1. Se a licitante não observar a quantidade estabelecida no subitem 1.6.2 deste Apêndice para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista no subitem 2.3.2.

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.

2.3.4. 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.

2.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os



**MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR-MDA**

Esplanada dos Ministérios, Bloco C Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70044-900, Brasília - DF <http://www.gov.br/mda>

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 desta licitação.

2.3.5. 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 Apêndice.

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 3;
- b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;
- c) obtiver 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.