

APÊNDICE III

CONCORRÊNCIA 90001/2025

PROPOSTA TÉCNICA: ORIENTAÇÕES PARA A ELABORAÇÃO E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

1. PROPOSTA TÉCNICA

- 1.1. Na elaboração das respectivas Propostas Técnicas, as Licitantes deverão observar, no que couber, o item 6 do Edital, além das especificações estabelecidas neste Anexo.
- 1.2. A Proposta Técnica deverá ser estruturada de acordo com os seguintes quesitos e subquesitos:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Ação Promocional	a. Raciocínio Básico
	b. Estratégia
	c. Solução
	d. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	a. Clientes
	b. Qualificação e experiência dos profissionais
	c. Prêmios Recebidos
	d. Atuação
3. Relatos de Soluções Promocionais	

- 1.3. No julgamento dos quesitos e subquesitos que integram a Proposta Técnica, a Subcomissão Técnica deverá considerar as informações estabelecidas a seguir e aplicar, objetivamente, as regras de pontuação dispostas neste apêndice, com base na análise e no julgamento das informações apresentadas pelas Licitantes

2. PLANO DE AÇÃO PROMOCIONAL

- 2.1. As Licitantes apresentarão o Plano de Ação Promocional elaborado com base no Briefing constante do Apêndice V.
- 2.2. O Plano de Ação Promocional deverá ser elaborado em **2 (duas) vias – Não Identificada e Identificada** – que deverão ser apresentadas em arquivos digitais e acondicionados separadamente nos Invólucros nº 1 e 3.
- 2.3. A via não identificada do Plano de Ação Promocional não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 3.
- 2.4. A Via Não Identificada do Plano de Ação Promocional, com os subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia, Solução e Plano de Implementação, deverá ser:
- a) Redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente;
 - b) Elaborada em arquivo digital com formato PDF, dimensões A4, orientação retrato;
 - c) Com espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
 - d) Com texto e numeração das páginas em fonte Arial 12, na cor preta;
 - e) Com espaçamento simples entre linhas e duplo após os títulos e entretítulos e entre parágrafos;
 - f) Com textos justificados;
 - g) Sem recuos nos títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
 - h) Com todas as páginas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página, pelo editor de textos, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;
 - i) Ser apresentado em arquivo digital único, em formato PDF, contendo os 4 (quatro) subquesitos; e.
 - j) Sem identificação da Licitante.
- 2.5. A Via Identificada do Plano de Ação Promocional – sem os exemplos de ações e/ou materiais que integram o subquesito Solução, deverá ser apresentada em arquivo digital, e constituir-se de cópia da Via Não Identificada, porém com a identificação da Licitante, e ser datada e assinada (assinatura eletrônica) na última página, pelo representante legal da Licitante.
- 2.6. Os subquesitos da Proposta Técnica poderão ter gráficos, fotos, quadros, infográficos e/ou tabelas, observando as seguintes regras:
- a) As fotos, gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas poderão ser editados em cores; e
 - b) Os dados e informações dos gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas podem ser editados na fonte Arial tamanho 10.
- 2.7. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, quadros, infográficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas na orientação paisagem.
- 2.8. Os exemplos de ações e/ou materiais integrantes do subquesito Solução serão apresentados separadamente do arquivo digital do Plano de Ação Promocional.
- 2.9. Os exemplos de ações e/ou materiais não poderão conter a identificação da Licitante e deverão ser agrupados em pasta específica na mesma mídia de armazenamento do Plano de Ação Promocional. A pasta deverá ter como nome "Solução - Exemplos de Ações".
- 2.10. As informações pertinentes ao Plano de Ação Promocional estão limitadas a **20 (vinte)**

páginas.

2.11. Os exemplos de ações e/ou materiais que integram o subquestito Solução, não serão computados no limite estabelecido no item 2.10.

2.12. Na proposição dos conteúdos que compõem os subquestitos que integram o Plano de Ação Promocional, as Licitantes deverão considerar as informações dispostas a seguir:

Subquestito Raciocínio Básico

2.13. Apresentação em que a Licitante demonstrará sua compreensão e entendimento sobre as questões fundamentais a partir da análise do Briefing, para proposição da Estratégia e da Solução, com diagnóstico/avaliação a respeito dos desafios e objetivos de comunicação definidos pelo MEC, considerando:

- a) A análise das características e especificidades do MEC e do seu papel no contexto qual se insere;
- b) O diagnóstico relativo às necessidades de ações de Marketing Promocional/Live Marketing identificadas;
- c) A compreensão do desafio e dos objetivos estabelecidos no Briefing.

Julgamento do Subquestito Raciocínio Básico

2.14. Para avaliação do subquestito Raciocínio Básico, a Subcomissão Técnica deverá verificar a apresentação em que a Licitante descreverá os seguintes subitens:

- a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do MEC e do contexto de sua atuação;
- b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados relativos às necessidades de ações promocionais identificadas;
- c) A assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos estabelecidos no Briefing.

2.14.1. Este subquestito será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Avaliação	Pontuação
Atendeu sem equívocos	4.1 a 5 pontos
Demonstrou alto entendimento, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem.	2.1 a 4 pontos
Demonstrou mediano entendimento, com alguns equívocos ou ausência de até 2 subitens	1.1 a 2 pontos
Demonstrou baixo entendimento, com inúmeros equívocos ou ausência de pelo menos, 3 subitens.	Até 1 ponto

Subquestito Estratégia

2.15. Apresentação e defesa da estratégia proposta pela Licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos estabelecidos no Briefing, compreendendo:

- a) A explicitação da defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução promocional;
- b) A proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer, quando fazer, como dizer, quais recursos próprios utilizar, que ações, instrumentos ou materiais utilizar, quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados;
- c) Apresentação de um plano de divulgação contemplando: estratégias para impactar e mobilizar os públicos interno e externos (desconsiderar mídia paga).

2.15.1. A licitante não poderá contemplar na Estratégia propostas cuja natureza não tenha vínculo com uma atividade promocional.

Julgamento do Subquestito Estratégia

2.16. Para avaliação do subquestito Estratégia, a Subcomissão Técnica deverá verificar os seguintes subitens:

- a) A adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do MEC, bem como ao desafio e aos objetivos estabelecidos;
- b) As possibilidades de interpretações positivas para as ações de marketing promocional/live marketing do MEC no relacionamento com seus públicos;
- c) A consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia e sua capacidade de articular com os conhecimentos sobre o MEC, o desafio e os objetivos estabelecidos;
- d) Viabilidade do plano de divulgação;
- e) A pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia proposta e os efeitos e resultados esperados.

2.16.1. Este subquestito será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Avaliação	Pontuação
Atendeu sem equívocos	17.1 a 20 pontos
Demonstrou alto entendimento, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem.	14.1 a 17 pontos
Demonstrou mediano entendimento, com alguns equívocos ou ausência de até 2 subitens	10.1 a 14 pontos
Demonstrou baixo entendimento, com inúmeros equívocos ou ausência de pelo menos, 3 subitens.	Até 10 pontos

Subquestito Solução

2.17. Apresentação das ações promocionais, de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

- a) Relação de todas as ações e/ou materiais promocionais que a Licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos estabelecidos no briefing, com detalhamento de cada uma;
- b) Exemplos das ações e/ou materiais promocionais que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a Licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta.

2.17.1. O detalhamento da relação prevista na alínea 'a' do item 2.17 deve apresentar considerações sobre a infraestrutura e apoio logístico das ações e/ou materiais promocionais:

- a) O local e espaço a serem utilizados;
- b) A estrutura física e os ambientes;
- c) Os perfis que comporão a equipe responsável pela execução;
- d) A estrutura de apoio técnico, administrativo e de pessoal; e
- e) Quando for o caso:

I - Os projetos relativos aos elementos de segurança (prevenção de responsabilidade e corresponsabilidade civil; pessoal de apoio; ações de policiamento e trânsito; sinalização e identificação do staff; acessibilidade, controle de acesso, assistência ao público, serviço médico e esquema de estacionamento); e

II - Medidas de prevenção ao impacto socioambiental.

2.17.2. Os exemplos de ações e/ou materiais promocionais de que trata a alínea 'b' do item 2.17 estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) Plantas baixas, croquis, esquemas ou leiautes (2D e 3D) para apresentar espaços, ambientes e estruturas físicas;
- b) Leiautes e protótipos para marcas, logotipos, materiais promocionais e peças de divulgação, exceto de veiculação em mídia;
- c) Vídeos, roteiros, storyboards, storyboards animados ou animatics para peças de multimídia.

2.17.3. Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou materiais promocionais superior ao limite estabelecido no 2.17.2, que podem ser apresentadas como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do item 2.17 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

2.17.4. Todas as ações e/ou materiais promocionais deverão ser apresentados em formato digital, executáveis exclusivamente em computadores pessoais com sistema operacional Windows, e não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

2.17.4.1. Se for o caso, as peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, mov, mp4 dentre outros, desde que possam ser reproduzidas, exclusivamente, em computadores pessoais com sistema operacional Windows.

2.17.4.2. Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea 'a' do item 2.17, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou material promocional.

2.17.4.3. Para fins de cômputo das ações e/ou materiais promocionais que poderão ser apresentadas como exemplos, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) As variações de formatos dos materiais promocionais serão consideradas como novos exemplos;
- b) Uma planta baixa e um croqui relacionado a um mesmo espaço físico serão considerados 02 (dois) exemplos;
- c) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- d) Um material multimídia e a página na internet onde ficará hospedado serão considerados 02 (dois) exemplos;
- e) Uma planta baixa de um espaço físico e um *banner* de sinalização a ser utilizado nesse espaço serão considerados 02 (dois) exemplos.

Julgamento do Subquesto Solução

2.18. Para a avaliação do subquesto Solução, a Subcomissão Técnica deverá verificar os seguintes subitens:

- a) O alinhamento das ações e/ou materiais promocionais com a estratégia proposta;
- b) A pertinência das ações e/ou materiais promocionais com a natureza do MEC e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) A adequação das ações e/ou materiais promocionais ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) A compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação 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 funcionalidade da infraestrutura e do apoio logístico propostos para a implementação das ações;

2.18.1. Este subquesto será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Avaliação	Pontuação
Atendeu sem equívocos	20.1 a 25 pontos
Demonstrou alto entendimento, com poucos equívocos ou ausência de 1subitem.	18.1 a 20 pontos

Demonstrou mediano entendimento, com alguns equívocos ou ausência de até 2 subitens	10.1 a 18 pontos
Demonstrou baixo entendimento, com inúmeros equívocos ou ausência de pelo menos, 3 subitens.	Até 10 pontos

Subquestito Plano de Implementação

2.19. A licitante deverá apresentar e defender um plano tático para desenvolvimento das ações e/ou materiais promocionais constantes de sua proposta, contemplando no mínimo:

- a) Cronograma contemplando todas as fases necessárias para a viabilização das ações e/ou materiais promocionais, com os respectivos públicos e períodos;
- b) Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais promocionais, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.

2.19.1. No cálculo da alocação dos valores destinados à produção das peças e/ou materiais que integram o subquestito Solução, as licitantes deverão apresentar o orçamento com base:

- a) Na verba referencial para investimento, estabelecida no Briefing;
- b) Nos valores cheios dos preços unitários previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante no item 2 do Apêndice I;
- c) Nos preços de mercado, à época da licitação, relativos aos Produtos e Serviços Complementares, prestados por fornecedores especializados, cujas categorias estão elencadas no Apêndice II, sem aplicação de honorários.

2.20. Poderá ser promovida uma diligência destinada a verificar a adequação dos preços de mercado informados pelas Licitante no Plano de Implementação, relacionados aos Produtos e Serviços Complementares constantes de sua proposta, o que poderá afetar a pontuação do referido quesito.

2.20.1. Todas as ações e/ou materiais promocionais que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do item 2.17, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

Julgamento do Plano de Implementação

2.21. Para avaliação do subquestito Plano de Implementação, a Subcomissão Técnica deverá verificar os subitens abaixo:

- a) A adequação do cronograma desenvolvido para a implementação das ações e/ou materiais promocionais, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos 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 o desenvolvimento da proposta.

2.21.1. Este subquestito será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Avaliação	Pontuação
Atendeu sem equívocos	17.1 a 20 pontos
Demonstrou alto entendimento, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem.	10.1 a 17 pontos
Demonstrou mediano entendimento, com alguns equívocos ou ausência de 2 subitens	Até 10 pontos

3. QUESITO CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

3.1. A Licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem este quesito em arquivo digital com formato PDF, com ou sem o uso de cores, em formato A4, em páginas numeradas sequencialmente, a partir da primeira, e assinado (assinatura eletrônica) na última página por seu representante legal.

3.1.1. Os documentos e informações e o caderno específico não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Ação Promocional – Via Não Identificada – que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 3.

3.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de informações em que a Licitante apresentará os seguintes subquesitos:

Subquesito Clientes

3.2.1. Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de Marketing Promocional/Live Marketing, com a especificação do início do atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

Julgamento do Subquesito Clientes

3.2.1.1. Para avaliação deste subquesito, será considerado o quadro abaixo, levando em consideração porte e o período de atendimento de cada um dos clientes.

Descrição	Definição	Pontuação
Relação nominal dos principais clientes atendidos pela LICITANTE nos últimos 5 (cinco) anos. Para cada cliente, especificar o período de atendimento e listar os projetos realizados para cada um deles.	5 ou mais clientes com atuação nacional e 1 ou mais clientes com atuação internacional	10 pontos
	3 clientes com atuação nacional	8 pontos
1. [Nome do Cliente 1] Período de Atendimento: [data de início - data de término] Projetos Realizados:		

1. [Nome do Projeto 1] 2. [Nome do Projeto 2] 3. [Nome do Projeto 3] 4. [Nome do Projeto 4] 5. [Nome do Projeto 5]	2 clientes com atuação nacional	6 pontos
Critério de Atuação Nacional: Considera-se com atuação nacional aqueles clientes que operam em no mínimo 5 estados brasileiros.	1 cliente com atuação nacional	4 pontos

Subquestito Qualificação e Experiência dos Profissionais

3.2.2. Qualificação e experiência, apresentadas sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica, experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

Julgamento do Subquestito Qualificação e Experiência dos Profissionais

3.2.2.1. A experiência dos profissionais da licitante em ações promocionais e a adequação das qualificações desses profissionais às necessidades do MEC, com profissionais ou prestadores de serviço contratados e com registro válido até 30 (trinta) dias antes da publicação do edital.

3.2.2.1.1 Este subquestito será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Quantificação e qualificação dos profissionais	Quantidade	Pontuação	
Diretor Geral com experiência mínima comprovada de 8 anos	1	1,2	5,0
Coordenador de Atendimento com experiência mínima comprovada de 5 anos	1	0,7	
Profissional de atendimento com experiência mínima comprovada de 3 anos	1	0,5	
Coordenador de Planejamento e Pesquisa com experiência mínima comprovada de 5 anos	1	0,7	
Coordenador de Criação com experiência mínima comprovada de 8 anos	1	0,7	
Profissionais de Criação com experiência mínima comprovada de 3 anos	1	0,5	
Coordenador de Produção com experiência mínima comprovada de 5 anos	1	0,7	

Subquesto Prêmios Recebidos

3.2.3. A licitante deverá comprovar o recebimento de prêmios nacionais recebidos nos últimos 5 anos pela empresa pela realização de campanhas promocionais ou eventos que tenham sido de sua autoria. Não será atribuída pontuação cumulativa na nota geral deste subquesto, prevalecendo exclusivamente a maior nota.

Julgamento do Subquesto Prêmios Recebidos

3.2.3.1 Este subquesto será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Subquesto	Definição	Pontuação
Prêmios recebidos pela LICITANTE nos últimos 5 anos	Apresentou 3 ou mais prêmios nacionais recebidos em campanhas promocionais elaboradas pela Licitante	2 pontos
	Apresentou 2 prêmios recebidos em campanhas promocionais elaboradas pela Licitante	1,5 pontos
	Apresentou 1 prêmio nacional recebidos em campanhas promocionais elaboradas pela Licitante	0,5 ponto

Subquesto Atuação

3.2.4. A LICITANTE deverá comprovar portfólio em 4 diferentes recortes de avaliação: valor de projeto, metragem quadrada de estande construído, realização de eventos internacionais e realização de eventos com governos federal ou estadual.

Julgamento do Subquesto Atuação

3.2.4.1. Este subquesto será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Subquesto	Definição	Pontuação
1. Valor de projeto realizado pela LICITANTE nos últimos 5 anos	Pontuação Máxima (1,0)	
a. Acima de R\$ 8 milhões	1,0 ponto	
b. De R\$ 4 a R\$ 7,9 milhões	0,5 ponto	
c. Até R\$ 3,9 milhões	0,3 ponto	
2. Metragem (m²) de projeto realizado pela LICITANTE nos últimos 5 anos	Pontuação Máxima (0,5)	
a. Acima de 500m²	0,5 ponto	
b. Até 499 m²	0,25 ponto	
3. Evento Internacional realizados pela LICITANTE nos últimos 5 anos	Pontuação Máxima (1,0)	
a. Acima de 6 Milhões	1,0 ponto	
b. De 5 a 5,9 Milhões	0,75 ponto	
c. Até 4,9 Milhões	0,5 ponto	
4. Participação em eventos com governos federal ou estadual pela LICITANTE nos últimos 5 anos	Pontuação Máxima (0,5)	
a. 3 ou mais eventos	0,5 ponto	
b. 2 eventos	0,25 ponto	
c. 1 eventos	0,2 ponto	

4. QUESITO RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROMOÇÃO

4.1. A licitante deverá apresentar os documentos, as informações e os materiais promocionais que constituem este quesito em arquivo digital com formato PDF, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, e assinado (assinatura eletrônica) na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.2. Os documentos, as informações e os materiais promocionais dos relatos mencionados no item precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Ação Promocional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.3. A licitante deverá apresentar **02 (dois) relatos**, cada um com o máximo de **05 (cinco) páginas**, em que serão descritas soluções promocionais propostas pela licitante e implementadas por seus

clientes, na superação de desafios de comunicação.

4.3.1. De forma a ilustrar a ação promocional realizada é permitida a inclusão em cada relato de:

a) Até **03 (três)** materiais promocionais, independentemente do seu tipo ou de sua característica; e

b) **1 (um)** video case apresentando um resumo da ação promocional realizada.

4.3.1.1. Também deve ser apresentada **1 (uma)** listagem de todos os materiais promocionais desenvolvidos no âmbito do relato, com breve descrição de sua finalidade tática.

4.3.1.2. O conteúdo adicional, referente à listagem prevista no item 4.3.1.1, não será contado no limite de páginas estabelecido no item 4.3, e deverá ser incorporado, após o referendo (item 4.3.4), ao final das páginas de cada relato.

4.3.1.3. Os materiais deverão ser apresentados em arquivos digitais, executáveis em sistema operacional Windows, em itens específicos (Ex: Relato 1 – Peça 1, Relato 1 – Peça 2, etc. - Relato 2 – Peça 1, Relato 2 – Peça 2, etc.) na mesma mídia de armazenamento dos documentos deste quesito.

4.3.2. Cada relato deverá:

a) Ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

b) Contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

c) Estar formalmente referendado pelo respectivo cliente quanto à veracidade das informações prestadas pela Licitante.

4.3.3. Os relatos não podem referir-se a ações promocionais solicitadas ou aprovadas pelo MEC, no âmbito de seus contratos;

4.3.4. O referendo deverá ser feito em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o item 4.3.

4.3.5. No referendo constará, além do ateste do relato, assinatura do cliente signatário (podendo ser aceitas assinaturas eletrônicas ou físicas), o número do contrato (se houver), o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, nome, cargo/função e informações de contato (e-mail e telefone), de forma a atestar a sua autenticidade.

4.3.6. Os relatos devem, obrigatoriamente, referirem-se a ações de promoção concebidas e produzidas pela Licitante para os respectivos clientes, a partir de **1º de janeiro de 2019**.

Julgamento do Quesito Relatos de Soluções de Promoção

4.3.7. A avaliação de cada relato apresentado pela Licitante será feita com base nos critérios abaixo descritos:

a) A evidência de planejamento estratégico por parte da Licitante na proposição da solução de live marketing em cada relato;

b) A demonstração de que a solução de live marketing contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) A complexidade do desafio apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) A qualidade da execução e do acabamento dos materiais de live marketing desenvolvidas pela Licitante para seu cliente;

e) O encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela Licitante.

5. JULGAMENTO E PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. O julgamento das Propostas Técnicas poderá resultar na pontuação máxima de **100 (cem)** pontos e será apurado pela Subcomissão Técnica de acordo com os critérios estabelecidos nos itens 2, 3 e 4.

5.2. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá uma pontuação para cada quesito ou subquesito, utilizando números, na escala de **0 (zero)** a **10 (dez)**, em múltiplos de **0,5 (cinco décimos)**.

5.2.1. No quesito Capacidade de Atendimento, a pontuação dos subquesitos Clientes, Qualificação e Experiência dos Profissionais, Prêmios Recebidos e Atuação será definida pelo cumprimento total, parcial (quando aplicável) ou não cumprimento dos critérios para eles estabelecidos.

5.3. A pontuação final de cada quesito e subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, com **2 (duas)** casas decimais.

5.4. A pontuação final da Proposta Técnica de cada Licitante corresponderá à soma das pontuações finais dos quesitos Plano de Ação Promocional, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Live Marketing.

5.5. 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 sua pontuação máxima, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos.

5.5.1. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações destoantes, deverão registrar as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída na ata de julgamento, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão técnica e passará a compor o processo da licitação.

5.6. Serão declaradas classificadas pela Comissão Especial de Contratação as **3 (três)** Licitantes cujas Propostas Técnicas atendam às exigências constantes deste Edital, observadas as condições reunidas na tabela a seguir:

QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	
	MÁXIMA	MÍNIMA
1. Plano de Ação Promocional	70,00	52,5
a. Raciocínio Básico		
b. Estratégia		
c. Solução		
d. Plano de Implementação		
2. Capacidade de Atendimento	20,00	15,00
a. Clientes		
b. Capacitação e experiência dos profissionais		
c. Prêmios Recebidos		
d. Atuação		
3. Relatos de Solução de Live Marketing	10,00 (5,0 para cada relato)	7,5
a. Relato 1		
b. Relato 2		
PONTUAÇÃO TOTAL PROPOSTA TÉCNICA	100,00	75,00

5.7. Será considerada desclassificada pela Comissão Especial de Contratação a Licitante cuja

Proposta Técnica não atenda as exigências constantes deste Edital e/ou que incorra em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) Apresentar informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação inequívoca da autoria do quesito Plano de Ação Promocional – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) Não atingir um mínimo de 52,5 pontos no Plano de Ação Promocional;
- c) Não atingir um mínimo de 15 pontos na Capacidade de Atendimento;
- d) Não atingir um mínimo de 7,5 pontos nos Relatos de Solução de Live Marketing;
- e) Obter pontuação final inferior a 75 pontos.

5.8. A depender da gravidade da ocorrência, poderão ser relevados pela Comissão Especial de Contratação e pela Subcomissão Técnica aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da licitação.

5.9. Se houver empate que impossibilite a identificação das **3 (três)** licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão observados, na própria sessão de divulgação do resultado, como critérios de desempate as maiores pontuações obtidas, sucessivamente, nos seguintes quesitos:

- a) Quesito Capacidade de Atendimento;
- b) Quesito Plano de Ação Promocional;
- c) Subquesito Solução;
- d) Subquesito Estratégia;
- e) Subquesito Clientes; e
- f) Quesito Relatos de Soluções de Marketing Promocional/Live Marketing.

5.10. Persistindo o empate será adotado sorteio, a ser realizado na própria sessão, ou em ato público para o qual todas as Licitantes serão comunicadas, formalmente, do dia, hora e local do sorteio.

5.11. Decorridos **30 (trinta) minutos** da hora marcada, sem que compareçam todos os convocados, o sorteio será realizado a despeito das ausências.

5.12. Serão declaradas vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas as **3 (três)** Licitantes que tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, e, se for o caso, de acordo com a classificação estabelecida no sorteio.

5.13. Caso não haja a classificação de **3 (três)** licitantes no julgamento final das Propostas Técnicas, o MEC poderá decidir, exclusivamente a seu critério, pela homologação do procedimento licitatório e pela adjudicação do objeto para quantidade menor de Licitantes.