



**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



ANEXO XI
PROJETO BÁSICO
CONCORRÊNCIA Nº 2021.09.08.1

Regido pela Lei Federal nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965, legislação complementar em vigor, Leis nº 123/2006 e nº 147/2014.

1. OBJETO: Contratação de serviços de publicidade através de agência de propaganda, para desenvolvimento das ações de comunicação e marketing, em conformidade com a Lei Federal Nº 12.232/2010, aplicando-se subsidiariamente as Leis Federais Nº 8.666/1993 e Nº 4.680/1965, de interesse do Gabinete do Prefeito e de diversas Secretarias do Município de Horizonte/CE.

1.1 Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

1.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Horizonte, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2. JUSTIFICATIVA: Para cumprir o preceito legal de garantir ampla publicidade dos atos do Poder Público, a Prefeitura Municipal de Horizonte, precisa contar com a parceria de uma agência de publicidade que contribua para a qualificação da sua comunicação institucional e de serviços. A divulgação das ações da Prefeitura é necessária e indispensável para o acompanhamento e controle social da atividade pública no Município.

A comunicação publicitária dos serviços públicos e ações da administração municipal é uma necessidade que se manifesta na rotina da comunidade, mas também em momentos que exigem a mobilização dos cidadãos. A boa comunicação aproxima a Prefeitura da comunidade, permitindo a identificação das reais demandas sociais e a escolha acertada de prioridades. Para tanto, deve ser pensada e trabalhada como um esforço de mão dupla que permite a cada segmento da gestão municipal informar e se informar com a comunidade.

O objetivo da contratação de serviços publicitários é atender, portanto, à necessidade contínua de dar identidade às ações do poder público e divulgar de forma



**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



direta os serviços oferecidos, mantendo a comunidade informada das atividades. Caberá à agência de Publicidade a criação de campanhas e peças publicitárias e de propaganda e a escolha dos veículos mais adequados para sua difusão, entre outras ações que visem compatibilizar os valores do poder público com o município. A comunicação publicitária deverá ter articulação sincronizada com as ações promovidas pela Prefeitura de Horizonte, assim como aquelas desenvolvidas pelos governos estadual e federal cujo foco será o município. As campanhas publicitárias deverão ter caráter educacional, mobilizador e também de valorização dos serviços e do patrimônio público.

3. CONCEITOS: Considerando que a comunicação publicitária é estratégica para a consolidação de um novo modelo de gestão pública, onde a informação é elemento fundamental na construção de uma nova realidade, o trabalho a ser proposto para Prefeitura Municipal de Horizonte deverá ater-se aos três seguintes conceitos:

- **Transparência** – Em tempos de democracia, é obrigação das administrações públicas prestar contas com a comunidade. Além do valor ético, existem mecanismos legais que cobram transparência dos administradores. Com uma gestão transparente, a administração ganha a confiança e credibilidade da população – construindo uma relação sólida de parceria, fundamental para o desenvolvimento.
- **Marketing Público** – A divulgação de ações desenvolvidas funciona como uma estratégia de gestão. Se projetos em andamento não são divulgados, abre-se a possibilidade da população não tirar deles o melhor proveito e, assim, as ações não surtirem o efeito desejado.
- **Visão de Futuro** – Uma determinada administração não deve limitar-se ao mandato pois é preciso cultivar, entre os gestores e junto à população, a ideia de um desenvolvimento sólido. A publicidade é um instrumento estratégico da administração pública que favorece a mobilização da sociedade em torno de grandes temas de interesse do município.

4. TIPOS DE PUBLICIDADE: Apresentados os conceitos, a comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Horizonte deve estar orientada pelas seguintes premissas:

Publicidade Institucional

Deverá ser feita, com o objetivo de divulgar informações sobre atos, obras e programas do Município, e principalmente sobre a aplicação do recurso público, de forma mais transparente possível, sempre prestando contas a população dos recursos públicos Municipais e quais as metas e resultados obtidos.

- **Unidade e Integração** – a comunicação publicitária deverá ser homogênea e integrada entre todas as secretarias e órgãos municipais, evitando desperdícios de esforços e recursos de propaganda e mantendo a unidade da imagem da Prefeitura.
- **Consolidação da Imagem** – o conceito administrativo da Prefeitura Municipal de Horizonte deverá ser inserido através da marca gráfica e de sua complementação conceitual, quando houver, em todas as peças e campanhas publicitárias.
- **Prestação de Contas** – a população deve ser sempre informada, de forma clara e transparente, de todos os esforços empreendidos pela Prefeitura na realização de obras



[Handwritten signature]



PREFEITURA DE HORIZONTE DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



e ações administrativas executadas ou a executar, voltadas a atender ao desenvolvimento da população de Horizonte.

• **Parceria** – a comunicação publicitária deve priorizar ações que estimulem a integração com cidadãos, profissionais, instituições, programas e eventos, visando a melhoria da qualidade de vida idealizada pela administração municipal.

Publicidade de Utilidade Pública

Deverá ser feita com a divulgação de campanhas preventivas, educativas e informativas de interesse público, tais como; vacinação infantil; dengue; matrícula escolar; combate à evasão escolar; valorização do servidor público; preservação do meio ambiente; preservação do patrimônio público, devendo ser realizada como parte da conquista das melhorias sociais traçadas pela Prefeitura, transmitindo mensagens que possam auxiliar no desenvolvimento comunitário e individual, melhorando a qualidade de vida da população, devendo:

- Vincular-se a objetivos sociais de inquestionável interesse público, sempre assumindo caráter educativo, informativo ou de orientação social;
- conter sempre um comando, que oriente a população a adotar um comportamento e uma promessa de benefício, individual ou coletivo, que possa vir a ser cobrado pelo cidadão;
- expressar-se com objetividade e clareza;
- utilizar linguagem de fácil entendimento pelo cidadão.

Publicidade Mercadológica

Deverá ter como foco o Município e suas potencialidades para a atração de instalação de Indústrias, promovendo o Município como um Pólo Industrial, mostrando:

- sua estrutura;
- sua capacidade e porte para receber filiais das maiores indústrias nacionais;
- os benefícios tributários, Federais, Estaduais e Municipais, concedidos para a instalação de Indústrias no Município de Horizonte.

Entre as principais campanhas a serem desenvolvidas para a Prefeitura Municipal de Horizonte estão: datas comemorativas; atração de indústrias; valorização da cultura local; campanhas de utilidade pública; campanha de preservação do patrimônio, entre outras.

5. ORÇAMENTO BÁSICO: A verba publicitária, disponibilizada para o presente projeto, será de R\$ 1.980.000,00 (hum milhão, novecentos e oitenta mil reais), na sua totalidade.

6. ORIGEM DOS RECURSOS: Os recursos serão do Município, divididos com as suas várias unidades financeiras nos seguintes valores:

Secretaria Gestora
Gabinete do Prefeito
Secretaria de Finanças
Secretaria de Planejamento e Administração

Valor para período de 12 (doze) meses
R\$ 220.000,00 (duzentos e vinte mil reais)
R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)
R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais)



UP



**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



Secretaria de Saúde	R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais)
Secretaria de Assistência Social, Igualdade e Desenvolvimento Social	R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais)
Fundo Municipal de Assistência Social	R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais)
Secretaria de Educação	R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais)
Secretaria de Infraestrutura, Urbanismo, Agropecuária e Recursos Hídricos	R\$ 100.000,00 (cem mil reais)
Secretaria de Cultura e Turismo	R\$ 420.000,00 (quatrocentos e vinte mil reais)
Secretaria de Segurança, Cidadania, Trânsito e Transporte	R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)
Secretaria de Esporte e Lazer	R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais)

7. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS:

7.1 Os créditos orçamentários para a execução dos serviços estão consignados no Orçamento da Prefeitura Municipal de Horizonte, previstos no Orçamento aprovado para o Exercício Financeiro 2021, constantes nas seguintes dotações orçamentárias:

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA	AÇÃO	PROJETO ATIVIDADE	FONTE	ELEMENTO DE DESPESA
02.01	04.131.0003	2.007	1001000000	3.3.90.39.00
04.01	04.123.0002	2.016	1001000000	3.3.90.39.00
03.01	04.131.0003	2.014	1001000000	3.3.90.39.00
05.01	10.122.0002	2.019	1211000000	3.3.90.39.00
07.01	12.131.0003	2.037	1111000000	3.3.90.39.00
17.01	15.122.0002	2.088	1001000000	3.3.90.39.00
09.01	13.131.0003	2.112	1001000000	3.3.90.39.00
16.01	04.122.0002	2.083	1001000000	3.3.90.39.00
10.01	13.122.0002	2.121	1001000000	3.3.90.39.00
15 01	08 122 0002	2.065	1001000000	3.3.90.39.00
15 02	08 243 0018	2.073	1001000000 1311000000	3.3.90.39.00
15 02	08 244 0014	2.075	1001000000 1311000000	3.3.90.39.00
15 02	08 244 0014	2.077	1001000000 1311000000	3.3.90.39.00
15 02	08 244 0015	2.079	1001000000 1311000000	3.3.90.39.00
15 02	08 244 0016	2.080	1001000000 1311000000	3.3.90.39.00

7.2 Se o Poder Executivo do Município de Horizonte optar pela prorrogação dos contratos que vierem a ser assinados consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

7.3 Aos órgãos contratantes se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade do valor contratual estimado e dos recursos orçamentários previstos.

8. CRONOGRAMA FÍSICO - FINANCEIRO:

ue





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



Os pagamentos serão realizados por campanha, peça executada ou ação desenvolvida, em acordo com a planilha de cada uma.

O presente Projeto Básico tem como finalidade nortear a contratação de uma Agência de Publicidade para prestar serviços no Município de Horizonte, por um período de 12 (doze) meses, e foi feito de acordo com as informações prestadas pela Administração do Município de Horizonte.

- Cuidar da imagem da Prefeitura de Horizonte;
- Fortalecer a credibilidade da Prefeitura;
- Promover a interatividade entre a Prefeitura e o público;
- Divulgar as ações e propósitos da Prefeitura, das suas secretarias e órgãos da administração municipal;
- Integrar iniciativas a linguagem e as iniciativas de comunicação dos vários segmentos da gestão municipal;
- Contribuir para o desenvolvimento da responsabilidade sócio-ambiental;
- Contribuir para a educação de jovens e crianças para a cidadania;
- Posicionar o Município como agente do desenvolvimento social e econômico;
- Cumprir a obrigação legal do Poder Público de informar seus atos;
- Educar e conscientizar para preservação do patrimônio público.

9. VIGÊNCIA DO CONTRATO: O contrato produzirá seus jurídicos e legais efeitos a partir data de sua assinatura e vigorará pelo prazo de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado caso seja permitido pelo artigo 57 da Lei Federal nº 8.666/93.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA:

10.1 As Propostas Técnicas deverão ser entregues à CPL acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, nos termos do Edital.

10.1.1 Invólucro nº 1: O invólucro nº 1 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária - Via NÃO Identificada**, de que tratam os subitens 10.1.1.2 e 10.1.1.3 deste projeto.

10.1.1.2 Só será aceito o **Plano de Comunicação Publicitária - Via NÃO Identificada** que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CPL.

10.1.1.3 O invólucro padronizado para a apresentação da Proposta Técnica - Invólucro nº 1 deverá ser retirado pela interessada até um dia útil antes da data programada para a sessão de abertura, na sede da CPL, localizada na Av. Presidente Castelo Branco, Nº 5180, Centro, Horizonte/CE, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente de 07h30min às 12h00min e de 13h30min às 17h00min.

10.1.1.4 O invólucro nº 01, padronizado para a apresentação da Proposta Técnica, será entregue à agência mediante solicitação por escrito, assinada por representante legal da empresa.

10.1.1.5 O Invólucro nº 1 deverá ser entregue pela proponente somente com o fechamento próprio do invólucro mediante aplicação de cola branca na aba de

up





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



abertura e apenas nela, sem qualquer outra forma de lacre, assinatura, rubrica ou qualquer identificação que não seja a disposta no edital.

10.1.1.6 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do **Plano de Comunicação Publicitária**, o Invólucro nº 1 não poderá: a) ter nenhuma identificação; b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

10.1.2 Invólucro nº 2: O invólucro nº 2 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.2.1 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem 12.4.

10.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2

PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 2021.09.08.1-CP

10.1.2.3 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3 Invólucro nº 3: O invólucro nº 3 deverá ser apresentado nos termos dispostos nos subitens seguintes.

10.1.3.1 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento**, o **Repertório** e os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens 12.5 a 12.10.

10.1.3.1.1 Não há restrições para o tipo de papel e gramatura usado nos cadernos do Invólucro nº 3.

10.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 2021.09.08.1-CP

10.1.3.3 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3.4 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do **Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO**

ap





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS – INVÓLUCRO Nº 4

11.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à CPL acondicionada no Invólucro nº 4.

11.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 4

PROPOSTA DE PREÇOS

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº 2021.09.08.1-CP

11.1.2 O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

12. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com seguintes quesitos e subquesitos:

e) Plano de Comunicação Publicitária:

e.1) Raciocínio Básico;

e.2) Estratégia de Comunicação Publicitária;

e.3) Ideia criativa;

e.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

f) Capacidade de Atendimento;

g) Repertório;

h) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.1.1 A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, conforme segue:

12.2. Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

a) Em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato;

b) Margens de 2 cm na direita, esquerda, superior e inferior a partir da borda;

c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;

d) Com textos justificados;

e) Com espaçamento “simples” entre todas as linhas do documento, sem espaçamentos entre títulos, subtítulos e/ou subitens;

f) Títulos, subtítulos e/ou subitens do documento devem ser lançados na linha imediatamente posterior a do subitem anterior, respeitando-se todas as determinações do item 12.2;

we





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



g) Com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “12 pontos”, observado o disposto nos subitens 12.2.1, 12.2.3 e 12.2.3.1;

h) Sem uso de “negrito” em nenhuma parte do documento;

i) Sem uso de palavras ou frases em caixa-alta em nenhuma parte do documento;

j) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, a partir da primeira página interna (página 2), no canto inferior direito da página, dentro da margem estipulada no item “b”;

l) Em caderno único, perfurado, preso com espiral preto colocado à esquerda;

m) Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m², ambas em branco;

n) Sem identificação da licitante;

12.2.1 Os itens elencados no dispositivo 12.2 devem ser seguidos à risca, sob pena de desclassificação por descumprimento de regra editalícia que visa a preservar o sigilo do Invólucro nº 1.

12.2.2 Os sub quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados ou informações dos quadros ou tabelas devem ser editados na fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho “10 pontos”;

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado (apenas uma dobra sem sobra para fora do caderno). Neste caso, para fins do limite previsto no subitem 12.2.7, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

12.2.3 As especificações do subitem 12.2.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 12.3.3.3.2.

12.2.4 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do sub quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

12.2.5 Os exemplos de peças e ou material integrantes do sub quesito “Ideia Criativa” serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 12.2, em um outro caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, com capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m², ambas em branco e sem numeração de páginas.

12.2.5.1 Os exemplos de que trata o subitem anterior devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas dos subitens 10.1.1.5 e 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1.

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

12.2.7 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 12.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, ficando desde já alertado que o licitante que ultrapassar esse limite será desclassificado do certame.

12.2.8 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar especialmente para o disposto na

ue



alínea do subitem 10.1.1.5, no subitem 12.2.5.1, na alínea “c” do subitem 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1.

12.2.9 Para fins desta CONCORRÊNCIA, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

12.2.10 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 12.2.7 e devem seguir as especificações do subitem 12.2, no que couber.

12.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via NÃO Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no *Briefing* constante no Anexo I deste Edital, observadas as seguintes disposições:

12.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Horizonte referentes ao *briefing* proposto, sua compreensão sobre o problema objeto do *briefing* e os desafios de comunicação a serem enfrentados, relativos ao problema de comunicação proposto.

12.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Poder Executivo do Município de Horizonte, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

12.3.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 12.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material, destacando-se que a não apresentação da relação solicitada e/ou dos comentários sobre cada peça caracteriza descumprimento de regra editalícia e leva à desclassificação da licitante;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

12.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea “a” do subitem 12.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas esperadas de cada peça e ou material.

12.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado “fisicamente”, conforme estabelecido na alínea “b” do subitem 12.3.3 e na alínea “a” do subitem 12.3.3.3, a relação prevista na alínea “a” do subitem 12.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos, sendo

Handwritten signature



um para as peças e/ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

12.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea “b” do subitem 12.3.3:

a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, ficando desde já alertado que o licitante que ultrapassar esse limite será desclassificado do certame;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b.1) roteiro, leiaute ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b.2) protótipo ou “monstro”, para rádio e internet;

b.3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) podem ser ambientados nos meios aos quais serão veiculados (por exemplo, *layout* de um outdoor aplicado em uma tabuleta de outdoor, banner de internet aplicado em uma tela de computador, etc.)

12.3.3.3.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas “fisicamente”, até o limite de que trata a alínea “a” do subitem 12.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;

d) anúncio para *tablets* e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;

e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;

g) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

h) um banner e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

i) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

12.3.3.3.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta - exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, internet - destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 12.3.3.

12.3.3.3.3 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

12.3.3.3.4 As peças para a internet poderão ser produzidas em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

12.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout, observado o disposto no subitem 12.2.5.1. peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 podem ser dobradas.

12.3.4 A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser constituída de:



a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no *Briefing* sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

12.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 12.3.3 deverão constar de tal simulação.

12.3.4.2 Da simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

12.3.4.3 Na referida simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar preços em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame;

a.1) Podem ser incluídos na Estratégia de Mídia e Não Mídia os veículos que trabalhem com leilão de mídia (buscadores e redes sociais, por exemplo);

a.2) Orçamentos de influenciadores não tabelados deverão ser computados como natureza Mídia.

b) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar preços em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame.

c) o licitante que ultrapassar o valor determinado para execução do *briefing* será desclassificado do certame por quebra da isonomia entre os participantes.

12.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.



**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



12.4.1 Fica a critério das licitantes as capas a serem aplicadas nos cadernos que compõem as vias identificadas (Capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação).

12.5 Capacidade de Atendimento: A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

12.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 12.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

12.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

12.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de: a) um na área de atendimento; b) um na área de planejamento; c) um na área de criação; d) um na área de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica; e) um na área de mídia.

c) Deve haver no mínimo um profissional relacionado para cada uma dessas cinco áreas, não podendo o mesmo profissional responder por mais de uma área solicitada, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar a relação em desconformidade com o disposto nesta alínea será desclassificado do certame;

d) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

e) a sistemática de atendimento e discriminar os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

f) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Poder Executivo do Município de Horizonte, sem ônus adicionais, na vigência do contrato, pois o custo desses serviços já está contemplado no orçamento total da licitação.

12.6.1 O Poder Executivo do Município de Horizonte se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto



**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



de pesquisa, observada a categoria da agência registrada no CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

12.7 Repertório: A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado (apenas uma dobra sem sobra para fora do caderno), que será computada como 1 (uma) página.

12.7.2 Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

12.7.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

12.8 O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

12.8.1 A licitante deverá apresentar 06 (seis) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

12.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, exclusivamente, a partir de 1º de janeiro de 2014.

12.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PenDrive.

12.8.1.3 As peças gráficas deverão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.7, em papel A4 ou A3 dobrado e numeradas seguindo a ordem do caderno. Deverá também ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

12.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 12.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea “c” do subitem 13.3.1.

12.8.1.5 Podem ser apresentadas peças produzidas para pessoas jurídicas da administração pública municipal, estadual, federal ou da iniciativa privada, com exceção de trabalhos solicitados, aprovados e/ou veiculados para a Prefeitura de Horizonte.

12.8.2 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

12.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pela Prefeitura de Horizonte, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.





12.9 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "arial", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna (página 02), rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 12.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

12.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

12.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritos quais eram os problemas de comunicação e as soluções bem-sucedidas planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

12.10.1 As propostas de que trata o subitem 12.10 devem ter sido implementadas, exclusivamente, a partir de 1º de janeiro de 2014.

12.10.2 Se a licitante apresentar 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea "d" do subitem 13.3.1.

12.10.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, ficando desde já alertado que o licitante que apresentar relatos sem o devido referendo do cliente será desclassificado do certame.

12.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

12.10.4 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, sendo que, se incluídas:

12.10.4.2 as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou Pen Drive;

12.10.4.2 as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 12.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente, sendo que, em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

12.10.4.3 para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

12.10.4.4 o licitante que ultrapassar o número de peças e/ou material disposto no item 12.10.4 será desclassificado do certame;



**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

13.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 19.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

13.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito abaixo elencados:

13.2.1 Plano de Comunicação Publicitária (valor 105 pontos): o Plano de Comunicação Publicitária compreende os seguintes quesitos:

13.2.1.1 Raciocínio Básico (valor 15 pontos): entende-se por Raciocínio Básico para fins desta licitação a acuidade de compreensão:

d) diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Horizonte referente ao briefing proposto (5 pontos);

e) compreensão do proponente sobre o problema de comunicação proposto (5 pontos);

f) desafios de comunicação a serem enfrentados relativos ao problema de comunicação proposto (5 pontos);

13.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (30 pontos): entende-se por Estratégia de Comunicação Publicitária para fins desta licitação:

g) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Poder Executivo do Município de Horizonte e a seu problema específico de comunicação (5 pontos);

h) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto (5 pontos);

i) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (5 pontos);

j) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Horizonte (5 pontos);

k) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Poder Executivo do Município de Horizonte, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível (5 pontos);

l) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Poder Executivo de Horizonte com seus públicos (5 pontos).

13.2.1.3 Ideia Criativa (35 pontos): entende-se por Ideia Criativa para fins desta licitação:

h) sua adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo do Município de Horizonte (5 pontos);

i) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (5 pontos);

j) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (5 pontos);

k) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (5 pontos);

l) sua pertinência às atividades do Poder Executivo do Município de Horizonte e à sua inserção nos contextos social, político e econômico (5 pontos);

m) a exequibilidade das peças e ou do material (5 pontos);

up



n) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (5 pontos).

13.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (25 pontos): entende-se por Estratégia de Mídia e Não Mídia para fins desta licitação:

d) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários (5 pontos);

e) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (5 pontos);

f) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores (5 pontos);

d) a consistência demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Poder Executivo do Município de Horizonte (5 pontos);

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material (5 pontos);

13.2.1.5 O desenvolvimento de Plano de Comunicação Publicitária que atente contra o disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal levará à desclassificação da licitante.

13.2.2 Capacidade de Atendimento (25 pontos): entende-se por Capacidade de Atendimento para fins desta licitação:

f) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (5 pontos);

g) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do Poder Executivo do Município de Horizonte (5 pontos);

h) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (5 pontos);

i) a operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo do Município de Horizonte e a licitante, esquematizado na proposta (5 pontos);

j) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Poder Executivo do Município de Horizonte, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (5 pontos).

13.2.3 Repertório (15 pontos): entende-se por Repertório para fins desta licitação:

d) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (5 pontos);

e) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (5 pontos);

f) a clareza da exposição das informações prestadas (5 pontos).

13.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (15 pontos): entende-se por Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação para fins desta licitação:

d) a evidência de planejamento publicitário (5 pontos);

e) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (5 pontos);

f) a relevância dos resultados apresentados (5 pontos);

13.3 A Nota da Proposta Técnica - NPT será apurada segundo a metodologia definida nos subitens subsequentes.

13.3.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:



e) Plano de Comunicação Publicitária: 105 (cento e cinco), sendo:

a.1) Raciocínio Básico: 15 (quinze);

a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 30 (trinta);

a.3) Ideia Criativa: 35 (trinta e cinco);

a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 25 (vinte e cinco).

f) Capacidade de Atendimento: 25 (vinte e cinco);

g) Repertório: 15 (quinze);

h) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 15 (quinze).

13.3.2 A pontuação final do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos obtidos de cada membro da Subcomissão Técnica, sendo apresentada até a segunda casa decimal.

13.3.2.1 Os avaliadores pontuarão cada subquesito, de acordo com a tabela apresentada no Anexo IX, marcando um "X" na coluna respectiva à nota que atribui a cada subquesito em valores inteiros (0, 1, 2, 3, 4, 5) e justificando no espaço determinado o motivo/motivação da nota atribuída.

13.3.2.2 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, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

13.3.2.3 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 técnica e passará a compor o processo desta licitação.

13.3.3 A Nota da Proposta Técnica – Índice Técnico será obtida pela soma das médias das pontuações atribuídas pela subcomissão técnica em cada quesito, com a aplicação da seguinte fórmula: $IT = Ppc + Pca + Prp + Prel$, onde:

IT = Índice Técnico (máximo de 160 pontos)

Ppc = Pontuação obtida pelo Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 105 pontos)

Pca = Pontuação obtida pela Capacidade de Atendimento (máximo de 25 pontos)

Prp = Pontuação obtida pelo Repertório (máximo de 15 pontos)

Prel = Pontuação obtida pelos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 15 pontos)

13.3.4 Para cada subquesito avaliado, cada julgador deverá usar a tabela disposta no Anexo IX, onde constará:

Nome do Quesito	0	1	2	3	4	5
Descrição do subquesito						



13.3.4.1 Abaixo de cada descrição do subquestito haverá espaço para o julgador justificar a nota atribuída, devendo discriminar as razões que embasaram a avaliação, trazendo à luz do julgamento os motivos baseados nas informações e/ou trabalhos apresentados pelos proponentes.

13.4 Será desclassificada a Proposta:

- a) que não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos, levando-se em consideração o disposto nos itens 20.1.3, 20.1.3.1 e 32.7 nos casos em que os descumprimentos não tenham previsão expressa de desclassificação e que não afetem a isonomia entre os participantes;
- b) cuja NPT não alcançar 100 (cem) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 13.2.1.1 a 13.2.1.4 e 13.2.2. a 13.2.4.

14. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 14.2, 14.3 e 14.4, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) elaborada em três documentos distintos, descritos nos subitens 14.2, 14.3 e 14.4, respectivamente Anexos IV-A, Anexos IV-B e Anexos IV-C.

14.2 A licitante deverá apresentar Proposta de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do modelo do Anexo IV-A do edital.

14.3 A licitante deverá apresentar Declaração de que a elaboração de sua proposta foi feita de forma independente, nos termos do Modelo constante do Anexo IV-B do Edital.

14.3.1 A Declaração do subitem 14.3 deverá ser feita sob as penas da lei, sendo responsável a empresa e o responsável legal que a assinou, administrativa, civil e criminalmente, caso seja descoberto que não representa aquilo que aparenta.

14.4 A licitante deverá elaborar Declaração, nos termos do modelo constante do Anexo IV-C do Edital, na qual:

- a) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo aos órgãos contratantes as vantagens obtidas;
- b) informará que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato, serão de sua inteira responsabilidade, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro;
- c) Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidos na Cláusula Décima da Minuta de Contrato (Anexo V);
- d) informará estar ciente e de acordo com o disposto na Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato, constante do V do Edital.



14.5 Os percentuais e/ou preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a serem firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

15. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar percentuais e/ou preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

15.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do Modelo que constitui o Anexo VI-A deste Edital, ressalvado que **NÃO** será aceito:

a) Desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados 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;

d) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

15.4 O Índice de Preços (IP) atingirá no máximo **160 (cento e sessenta) pontos** e será apurado conforme a metodologia especificada nos subitem seguintes.

15.4.1 A CPL calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Quesitos - Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do subitem 15.3	$P1 = 1,00 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "b" do subitem 15.3	$P2 = 1,50 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do subitem 15.3	$P3 = 2,00 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do subitem 15.3	$P4 = 2,50 \times (10,0 - \text{Honorários})$



Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos “desconto” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes da Planilha de Preços Sujeitos a Valoração do licitante, sem o símbolo “%”.

15.4.2 O Índice de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 15.4.1, como segue: **IP = P1 + P2 + P3 + P4**

15.4.2.1 Se houver divergência entre o valor em algarismos e o valor por extenso, constantes da planilha que constitui o Anexo IV-A deste Edital, prevalecerá o valor por extenso.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

16.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços desta CONCORRÊNCIA será feito de acordo com o rito previsto na Lei Federal nº 8.666/1993 para o tipo técnica e preço.

16.2 A Pontuação Final (PF) será calculada com duas casas decimais e obtida pela seguinte fórmula:

PF = (IT x PT) + (IP x PP) onde:

- a) PF = Pontuação Final
- f) IT = Índice Técnico
- g) PT = Peso Técnico
- h) IP = Índice de Preços
- i) PP = Peso de Preços

16.2.1 Dada a natureza intelectual dos serviços de publicidade, sendo considerada de maior relevância para o objeto, o Peso Técnico (PT) e o Peso de Preços (PP) deverão ser, respectivamente, 6 (seis) e 4 (quatro), ficando a fórmula da Pontuação Final como segue:

PF = (IT x 6) + (IP x 4)

16.3 Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a maior Pontuação Final.

16.4 Se, após a apuração das notas houver empate que impeça a identificação automática da licitante mais bem classificada, será classificada a agência que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

16.4.1. Se, após adotada a regra do subitem 16.3, persistir o empate, o desempate será feito por sorteio, a ser realizado em ato público marcado pela CPL, cuja data será divulgada na forma do item 22 do Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

wp



**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



17. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 Os documentos de Habilitação deverão ser entregues à CPL apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 Os documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 5

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE

CONCORRÊNCIA Nº XXXXXXXXXXXXX-CP

17.1.2 O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

17.1.3 Os documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia devidamente autenticada, ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da CPL.

17.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista nos subitens 17.2.1 a 17.4.

17.2.1 A HABILITAÇÃO JURÍDICA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

a) cédula de identidade de todos os responsáveis legais, sócios e dirigentes da licitante;

a.1) São considerados documento oficial de identidade as carteiras expedidas pelos Comandos Militares, pelas Secretarias de Segurança, pelos Corpos de Bombeiros, pelas Polícias Militares, pelos órgãos Fiscalizadores de exercício profissional (Ordens, e Conselhos) Carteira de Identidade (RG), Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), Carteira de Órgão ou Conselho de Classe (OAB/ CRM/ CRP), Certificado Militar, Carteira Nacional de Habilitação (CNH), Passaporte, Carteiras expedidas por órgão público que por Lei Federal tenham fé pública e valem como identidade.

b) registro comercial, em caso de empresa individual;

c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

c.1) os documentos mencionados na alínea "c" deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação;

c.2) não será aceita, como capaz de substituir tais documentos, a certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;

d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



d.1) não será aceita certidão simplificada de arquivamento no cartório de Registros de Pessoas Jurídicas;

e) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

17.2.2 A REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual, distrital ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta CONCORRÊNCIA;
- c) Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com efeito de Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela da Secretaria da Receita Federal do Brasil com jurisdição sobre o local da sede da licitante, abrangendo todos os encargos previdenciários;
- d) Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeito de Negativa expedida por órgão da Secretaria de Fazenda do Estado, do Distrito Federal (se for o caso) em quer estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certidão Negativa de Débitos ou Positiva com Efeito de Negativa expedida por órgão da Secretaria de Fazenda do Município em quer estiver localizada a sede da licitante;
- f) Certidão Negativa de Débito ou Positiva com efeito de Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);
- g) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

17.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, para este certame, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

17.2.2.2 Será considerada como regular a situação quando estiver suspensa a exigibilidade.

17.2.3 A QUALIFICAÇÃO TÉCNICA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

- a) um ou mais Atestados de Capacidade Técnica, fornecido por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta CONCORRÊNCIA;
- b) certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º, do art. 4º, da Lei nº 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, autenticado, ou, se emitido por via eletrônica, sujeito à confirmação no sítio eletrônico do CENP.

17.2.4 A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA deverá ser comprovada com os seguintes documentos:

al





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



a) Certidão negativa de falência ou concordata ou recuperação judicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica. É permitida a participação de empresa em condição de recuperação judicial desde que amparada em certidão emitida pela instância judicial competente, que certifique que a interessada está apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório nos termos da Lei 8.666/1993, nos termos do acórdão nº 1201/2020 do TCU;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de três (3) meses da data de apresentação da proposta.

b.1) Se necessária a atualização do balanço e do capital social, deverá ser apresentado, juntamente com os documentos em apreço, o memorial de cálculo correspondente;

b.2) a licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, assinado pelo administrador e responsável contábil da licitante, com a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade;

b.3) entenda-se por “na forma da lei”:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia autenticada do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraída (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº486/1969);

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº6.404/1976);

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

17.2.4.1 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea “b” do subitem 17.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

LG =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo
SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo
LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

Handwritten signature





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



a.1) No caso hipotético de Ativo Circulante maior que 1 (um) e Passivo Circulante igual a 0 (zero), o resultado para LC seria indeterminado ou impossível em termos matemáticos. Entretanto, um Ativo Circulante maior que 1 (um) e um Passivo Circulante igual a 0 (zero) indicam, em tese, boa situação financeira da empresa. Nesse caso em específico, deve-se indicar os valores e proceder ao resultado como “indefinido”, seguindo as regras matemáticas;

b) das demonstrações contábeis referidas na alínea “b.2” do subitem 17.2.4, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um ($>$ ou $=$ a 1):

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível

17.2.4.2 Os índices de que tratam as alíneas “a” e “b” do subitem 17.2.4.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

17.2.4.3 A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a” ou “b”, do subitem 17.2.4.1, deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui capital social mínimo ou patrimônio líquido mínimo equivalente ao valor licitado, assim entendido o valor máximo do contrato.

17.2.4.4 Os documentos de que tratam as alíneas “b” e “b.1” do subitem 17.2.4 deverão estar assinados pelo responsável pela contabilidade da licitante, com a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

17.3 DEMAIS DECLARAÇÕES

a) declaração de que não utiliza mão de obra direta ou indireta de menores de 18(dezoito) anos para a realização de trabalhos noturnos, perigosos ou insalubre, bem como não utiliza, para qualquer trabalho, mão de obra direta ou indireta de menores de 16 (dezesesseis) anos, exceto na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, (conforme inciso V do art. 27 da Lei Federal nº 8.666/93), nos termos do Anexo VI deste Edital;

b) declaração, sob as penas da lei, da superveniência de fato impeditivo, para sua habilitação, nos termos do Anexo VII deste Edital.

c) no caso de agência que não tenha sede, escritório ou sucursal em Horizonte, declaração de que, caso venha a constituir-se em uma das vencedoras deste certame, instalará, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de assinatura do contrato, a estrutura mínima prevista no subitem 25.13.2.

17.4 Se a licitante tiver filial, todos os documentos de Habilitação deverão estar em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

17.5 A licitante classificada no julgamento final desta CONCORRÊNCIA que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 18.1.1.





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

18.1 A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

18.2 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Prefeitura Municipal de Horizonte reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

19. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

19.1 Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

19.2.1 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão **não** poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Horizonte.

19.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Prefeitura Municipal de Horizonte.

19.3.1 A relação dos nomes referidos no subitem 19.3 do Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação na Imprensa Oficial do Município de Horizonte, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

19.3.2 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a PMH, nos termos dos subitens 19.2.1 e 19.3.

19.3.3 A relação prevista no subitem 19.3 do Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Horizonte.

19.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 19.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

19.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 18.

19.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 19.3.

19.3.6.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

19.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 19.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

20.1 Serão realizadas sessões públicas, de acordo com os procedimentos previstos no Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes.

20.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil de credenciamento, conforme estabelecido no no Edital.

20.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e documentos de Habilitação nas sessões públicas.

20.1.3 A CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas no Edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993.

20.1.3.1 No atendimento ao subitem 20.1.3 a CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nas Propostas Técnicas e na Proposta de Preços e nos documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura, a isonomia e o caráter competitivo desta CONCORRÊNCIA.

20.1.4 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

20.1.5 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital.

20.1.6 Antes do aviso oficial do resultado do julgamento das propostas técnicas, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

20.1.7 Qualquer tentativa de licitante influenciar a CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

wp





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



20.1.8 A CPL poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

20.1.9 Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta CONCORRÊNCIA – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a CPL providenciará sua destruição.

20.1.10. Fica proibida a captação de imagem por fotos ou qualquer tipo de gravação dos Planos de Comunicação Publicitária, a fim de garantir sigilo.

20.2 A PRIMEIRA SESSÃO pública será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo no Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 9.1 do Edital;

b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições no Edital.

20.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela CPL se não:

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante **antes da abertura do Invólucro nº 2;**

c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

d) estiver acondicionado em invólucro diferente do fornecido.

20.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas “a”, “b”, “c” e “d” do subitem 20.2.1, a CPL não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

20.2.2 A primeira sessão prosseguirá com os seguintes procedimentos básicos:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da CPL, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para rubricar e examinar, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por meio eletrônico (email), ou por publicação em outros meios de divulgação.

20.2.2.1 A CPL, antes do procedimento previsto na alínea “b” do subitem 20.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



20.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº1 e nº3, a CPL e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a CPL desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.3 A CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

20.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela CPL.

20.2.5 Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela CPL na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 20.2.6 e seguintes. Caso contrário a CPL divulgará o resultado das decisões na forma do item 22, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

20.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise e julgamento individualizados, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados no Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à CPL, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações individualizadas e médias dos quesitos, e de justificativa escrita individualizada por integrante da Subcomissão das razões que as fundamentaram em cada quesito, conforme o modelo disponibilizado no Anexo IX do edital;
- d) encaminhamento, pela CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise e julgamento individualizados, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados no Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à CPL, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e média dos quesitos, e de justificativa escrita individualizada dos subquesitos com as razões que as fundamentaram em cada caso.

20.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea "a" do subitem 13.4 do Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



20.2.6.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

20.2.6.1.2 Se, após a análise de recursos, a proposta inicialmente desclassificada retornar ao certame, deverá ser aberto prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recursos, conforme disposto no art. 109, da Lei nº 8.666/1993, desta feita referentes apenas e tão somente à proposta, às pontuações e justificativas lançadas.

20.2.7 As planilhas previstas nas alíneas "c" e "f" do subitem 20.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações e justificativas de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante, bem como a média obtida, e as pontuações e justificativas escritas de cada membro da Subcomissão Técnica para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante, bem como a média obtida.

20.3 SEGUNDA SESSÃO: Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a CPL convocará as licitantes, na forma do item 22 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- abrir os Invólucros nº 2;
- cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, da Lei nº 8.666/1993.

20.3.1 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela CPL.

20.4 TERCEIRA SESSÃO: Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes, na forma do item 22 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;





**PREFEITURA DE
HORIZONTE**
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ



- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 22 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109 da Lei nº 8.666/1993.

20.5 QUARTA SESSÃO: Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
 - e.1) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 22 deste Edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109 da Lei nº 8.666/1993;
 - e.2) que será publicado na forma do item 22 deste Edital o nome da licitante vencedora desta CONCORRÊNCIA, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

21. DISPOSIÇÕES FINAIS:

21.1. Este projeto básico visa atender as exigências legais para o procedimento licitatório na modalidade Concorrência do Tipo Técnica e Preço, constando todas as condições necessárias e suficientes, ficando proibido por este termo exigir cláusulas ou condições que comprometam, restrinjam, ou frustrem o caráter competitivo e estabeleçam preferências ou destinações em razão de naturalidade dos licitantes ou de qualquer outra circunstância impertinente ou irrelevante para sua especificação.

21.2. Reproduza-se este projeto básico na minuta do edital e no edital.

ue

