



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

**PREÂMBULO**

PROCESSO: Nº. 033/2018

Data: 23/02/2018

OBJETO: **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADES PARA ESTE PODER LEGISLATIVO**

EDITAL: 001/2018

MODALIDADE: **Tomada de Preço**

TIPO DE LICITAÇÃO: **Melhor Técnica**

**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA-MT**, com sede a **Avenida Ariosto da Riva, nº 2.349, Centro, Alta Floresta/MT**, através da comissão permanente de licitação, nomeada pela portaria nº. 009/2018, torna público aos interessados que promoverá licitação na modalidade **Tomada de Preço nº. 001/2018**", do tipo melhor técnica. Objetivando a contratação de **EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADES PARA ESTE PODER LEGISLATIVO**, nos termos da Lei nº. 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº. 4.680, de 18.06.65, e nº. 8.666, de 21.06.93, Decreto Federal nº. 57.690, de 1º e fevereiro de 1966, com as Normas – Padrão do Congresso Brasileiro de Propaganda, com as alterações do Decreto nº. 4.563/02.

A entrega dos Invólucros (01, 02, 03 e 04) contendo, **Proposta Técnica e Proposta de Preço** definidos neste edital deverão ser entregues ao Departamento de Expediente e Protocolo até o dia **11/04/2018**, às **08h30**.

Abertura dos Invólucros será às **09h00, do dia 11 abril de 2018**, na sala de Licitações da Câmara Municipal de Alta Floresta, na Avenida Ariosto da Riva n.º 2.349, Centro, na Cidade de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso. Havendo a necessidade da sessão pública se prorrogar, a mesma se fará nos dias subsequentes à data de abertura, sempre obedecendo aos horários de funcionamento de expediente da Câmara Municipal.

**LOCAL E RETIRADA DOS DOCUMENTOS**

O Edital e seus anexos serão fornecidos em formato digital e estarão disponíveis na Câmara Municipal de Alta Floresta, Av. Ariosto da Riva nº. 2.349, centro, Alta Floresta - MT, nos seguintes horários: 07h00 às 13h00 de segunda a sexta-feira, sendo necessário o licitante ter um dispositivo para cópia (pen-drive, cd-r ou afins) e/ou no endereço eletrônico:

[www.altafloresta.mt.leg.br/transparencia/licitacoes/2018](http://www.altafloresta.mt.leg.br/transparencia/licitacoes/2018)



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

**SUMÁRIO**

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS.....	3
2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS.....	3
3. OBJETO.....	3
4. RETIRADA DO EDITAL.....	4
5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL.....	5
6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL.....	5
7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO.....	5
8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES.....	6
9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA.....	7
10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS.....	9
11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.....	9
12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	17
13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS.....	21
14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.....	21
15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS.....	22
16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.....	22
17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.....	27
18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA.....	27
19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.....	28
20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO.....	34
21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS.....	34
22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS.....	34
23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS.....	35
24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS.....	35
25. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO.....	37
26. FISCALIZAÇÃO.....	37
27. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.....	37
28. DISPOSIÇÕES FINAIS.....	38
ANEXO I - BRIEFING.....	41
ANEXO II - MODELO DE PROCURAÇÃO.....	45
ANEXO III - PROPOSTA.....	46
ANEXO IV - MINUTA DE CONTRATO.....	47
ANEXO V - QUADRO DE NOTAS.....	69
ANEXO VI - CRC.....	71



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

**EDITAL DE TOMADA DE PREÇO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE  
TOMADA DE PREÇO Nº. 001/2017**

**1. DISPOSIÇÕES INICIAIS**

1.1 A CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação instituída pela Portaria nº. 009/2018, torna público aos interessados que realizará licitação na modalidade tomada de preço, do tipo melhor técnica, para contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime da Lei nº. 12.232, de 29.04.10, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº. 4.680, de 18.06.65, e nº. 8.666, de 21.06.93, Decreto Federal nº. 57.690, de 1º e fevereiro de 1966, com as Normas – Padrão do Congresso Brasileiro de Propaganda, com as alterações do Decreto nº. 4.563/02.

**2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS**

2.1 Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos até as 08h30 do dia 11 de abril de 2018, no Departamento de Expediente, Arquivo e Protocolo, onde será protocolizado e encaminhado a Comissão Permanente de Licitação, a abertura dos invólucros será as **09h00 do dia 11 de Abril de 2018**.

2.1.1 Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

2.1.2 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, Especialmente no item 19, e na legislação.

2.2 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Mato Grosso.

**3. OBJETO**

3.1 O objeto da presente tomada de preço é a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADES PARA ESTE PODER LEGISLATIVO**

3.1.1 Os serviços de publicidade e propaganda de que trata este edital visam à divulgação dos atos, programas, informações de interesse público, orientação aos municípios, compreendendo estudo, concepção e execução de ações promocionais, planejamento, criação, produção, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas publicitárias.

3.1.2 Também integram o objeto desta tomada de preço, 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;



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.2.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.2 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, 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 a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

3.1.3 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 3.1.1, em especial as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.1.3.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

3.2 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

3.2.1 Os serviços objeto da presente **tomada de preço** serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº. 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos da Lei nº. 12.232/2010.

3.2.2 A agência atuará por ordem e conta da CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA, em conformidade com o art. 3º da Lei nº. 4.680/1965, na contratação de fornecedores de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1, e de veículos de divulgação.

3.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

4.1 Este Edital será fornecido pela CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA, sito a Av. Ariosto da Riva nº. 2349, centro, ou através do sítio oficial deste órgão:  
**[www.altafloresta.mt.leg.br](http://www.altafloresta.mt.leg.br)**



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

## **5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**

5.1 Esclarecimentos sobre esta tomada de preço serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 02 (dois) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação **por escrito**, em uma das seguintes formas:

- por carta ou ofício: protocolizado no Departamento de Protocolo Arquivo e Expediente, situada na Av. Ariosto da Riva nº. 2349, centro, em horário de expediente, de segunda a sexta-feira, das 07h00 às 13h00.
- por e-mail: [licitacaocamaraaf@gmail.com](mailto:licitacaocamaraaf@gmail.com)

5.1.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias.

5.1.1.1 A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº. 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

## **6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

**6.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 05 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de preço, de segunda à sexta-feira, das 07h00 às 13h00, no Departamento de Protocolo Arquivo e Expediente da Câmara Municipal de Alta Floresta, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº. 8.666/1993.**

6.2 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 04 (quatro) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

6.2.1 Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

6.2.2 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

## **7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

7.1 Poderá participar desta tomada de preço à agência de publicidade que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

7.2 Não poderá participar desta tomada de preço a agência de publicidade:



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a CONTRATANTE;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) que estiver reunida em consórcio.

7.3 Nenhum licitante poderá participar desta tomada de preço com mais de uma Proposta.

7.4 A participação na presente tomada de preço implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta tomada de preço; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta tomada de preço, ressalvado que a CONTRATANTE não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

## **8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

8.1.2 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo II. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1 deste Edital.

## **9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

9.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº. 1, nº. 2 e nº. 3.

### **Invólucro nº. 1**

9.1.1 No Invólucro nº. 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CONTRATANTE.

9.1.1.1.1 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário entre 08h00 e 11h30, na Câmara Municipal de Alta Floresta.

9.1.1.1.2 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente e protocolado na sede do órgão.

9.1.1.2 O Invólucro nº. 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3 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;



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; e

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**Invólucro nº. 2**

9.1.2 No Invólucro nº. 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4.

9.1.2.1 O Invólucro nº. 2 deveserá 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

Tomada de Preço nº.

9.1.2.2 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.

**Invólucro nº. 3**

9.1.3 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 11.5 a 11.10.

9.1.3.1 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

Tomada de Preço nº.

9.1.3.2 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.

9.1.3.3 O Invólucro nº. 3 não poderá 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.





Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

## **10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

10.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no Invólucro nº. 4.

Invólucro nº. 4

10.1.1 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

Tomada de Preço nº.

10.1.2 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.

10.1.3 A licitante poderá apresentar a proposta impressa no formulário do **ANEXO III** (Proposta de desconto sobre os custos dos serviços internos das agências de publicidade), em 01 (uma) via, (original ou cópia autenticada em cartório), datilografada ou impressa, sem emendas, rasuras, datadas e assinadas por representante (s) legal (is) da empresa.

## **11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

11.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento 'simples' entre as linhas;



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

- com texto e numeração de páginas em fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em volume único e em ordem numérica sem espiral ou prendedor;
- capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m<sup>2</sup> a 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- sem identificação da licitante.

11.2.1 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, com a utilização de tons de cinza.

11.2.1.1 Os gráficos e tabelas desses dois subquestos poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.1.2 As áreas ocupadas das duas páginas serão consideradas no cômputo do limite previsto no subitem 11.2.6.

11.2.2 As especificações do subitem 11.2 aplicam-se à indicação prevista no subitem 11.3.3.2.

11.2.3 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em tons de cinza.

11.2.3.1 As tabelas, gráficos e planilhas desse subquesto poderão ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº. 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.5 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.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 08 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia, têm uma limitação quanto ao número de páginas, e cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, na alínea 'c' do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.8 Para fins desta tomada de preço, 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.

11.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1 Não há necessidade de lançar nessas páginas os subitens deste Edital a que correspondem o quesito e seus subquestos nem os textos expressos nesses subitens.

11.2.9.2 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CONTRATANTE, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e expressando seu conhecimento e entendimento sobre a Câmara de Vereadores.

11.3.1.1 Raciocínio básico – O texto devera conter no máximo 08 páginas, digitadas em fonte de corpo 12, com espaçamento de entrelinhas simples.

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela CONTRATANTE, 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.

c) a Estratégia de mídia deve ser composta de texto, devera conter no mínimo 25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a 50 (cinquenta) linhas, digitadas em fonte de corpo 12, espaçamento de entrelinhas simples.



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

11.3.3 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 11.3.2, com comentários sobre cada peça e ou material.

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(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2 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 11.3.3 e na alínea 'a' do subitem 11.3.3.3, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3:

a) estão limitados a 10, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;

b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;

d) apresentados como parte de um *kit* serão computados individualmente no limite de que trata a alínea 'a' do subitem 11.3.3.3.

11.3.3.3.1 Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

11.3.3.3.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3;



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

11.3.3.3.3 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' 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 idéia a ser produzida.

11.3.3.3.4 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 *passé-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4.1.

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - 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 no anexo I 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.

11.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2 Dessa 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.

11.3.4.3 Nessa 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;



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

11.4. 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.

**Capacidade de Atendimento**

11.5 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, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 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.

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

11.6 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 (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

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

d) a sistemática de atendimento e discriminará 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;

e) 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 da CONTRATANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### **Repertório**

11.7 A licitante deverá apresentar os documentos e informações 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, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2 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.

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

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

11.8.1 A licitante deverá apresentar até 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

11.8.1.2 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.3 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 12.3.1.

11.8.2 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.

11.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela CONTRATANTE.

**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

11.9 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, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.9.2 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.

11.10 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.10.1 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.10, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 12.3.1.

11.10.2 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela CONTRATANTE.

11.10.3.1 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.





Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

11.10.4 É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

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

## **12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

12.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

### **12.2.1 Plano de Comunicação Publicitária**

12.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel da CONTRATANTE nos contextos, social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos;

c) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela CONTRATANTE;

f) das necessidades de comunicação da CONTRATANTE para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

### **12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária**

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação;



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos;
- d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível

#### 12.2.1.3 Ideia Criativa

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da CONTRATANTE;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

#### 12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CONTRATANTE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

#### 12.2.2 Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da CONTRATANTE;
- d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre a CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) 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 da CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### 12.2.3 Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas;

#### 12.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.



Estado de Mato Grosso  
**CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA**

12.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

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

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 100 (cem)
  - a1) Raciocínio Básico: 15 (quinze)
  - a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)
  - a3) Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco)
  - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez)
- b) Capacidade de Atendimento: 10 (dez)
- c) Repertório: 10 (dez)
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

12.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

12.3.2.1 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

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

12.3.3 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

12.3.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

12.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1 a 12.2.1.4 e 12.2.2. a 12.2.4.