

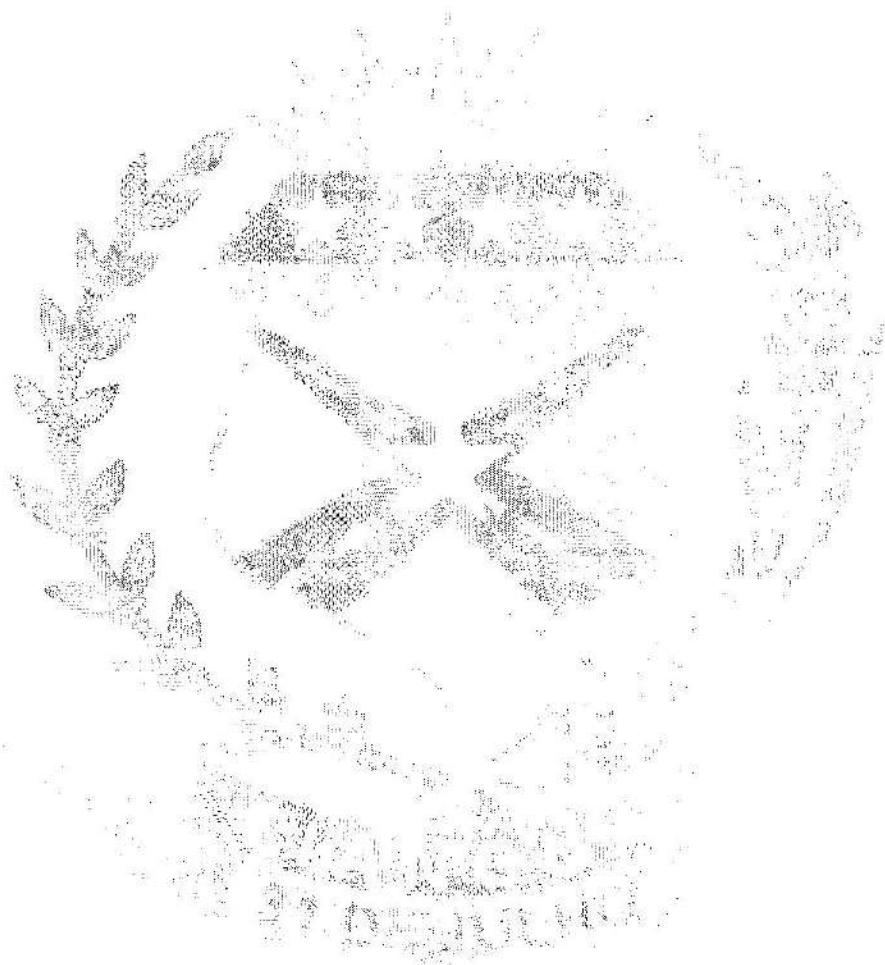


Prefeitura de  
**Tianguá**

**AUTARQUIA DE SEGURANÇA,  
TRÂNSITO E TRANSPORTE - ASTT**



## **EDITAL E SEUS ANEXOS**



**EDITAL DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2023 - ASTT**

A Comissão Permanente de Licitação da Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte de Tianguá, com sede na Av. Moises Moita, 785 – Nenê Plácido – CEP: 62.327-335, Tianguá/CE, nomeada através da Portaria nº. 28 /2023, de 10 de fevereiro de 2023, torna público para conhecimento dos interessados que até às **08h30min do dia 05 de maio de 2023**, na sala de licitações, em sessão pública, dará início aos procedimentos de recebimento e abertura de documentos de habilitação e de propostas de preços da licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, julgamento do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, contratação mediante execução indireta, empreitada por preço unitário, mediante as condições estabelecidas no presente Edital, tudo de acordo com a 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.

<b>OBJETO:</b>	CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE UMA AGÊNCIA DE PROPAGANDA PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, 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 PARA ATENDIMENTO DAS NECESSIDADES DA AUTARQUIA DE SEGURANÇA, TRÂNSITO E TRANSPORTE.
<b>EMAIL</b>	licitacao@tiangua.ce.gov.br
<b>TIPO:</b>	TÉCNICA E PREÇO
<b>CRITÉRIO DE JULGAMENTO:</b>	GLOBAL
<b>MODALIDADE E ESPÉCIE:</b>	CONCORRÊNCIA PÚBLICA
<b>EMPREITADA:</b>	EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO
<b>AUTARQUIA(S) PARTICIPANTES:</b>	AUTARQUIA DE SEGURANÇA, TRÂNSITO E TRANSPORTE
<b>DATA E HORA DE ABERTURA:</b>	05 DE MAIO DE 2023 ÀS 08:30H (HORAS).
<b>LOCAL:</b>	AV. MOISES MOITA, 785 – NENÊ PLÁCIDO – CEP: 62.327-335– TIANGUÁ – CEARÁ



**1. OBJETO:**

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DE UMA AGÊNCIA DE PROPAGANDA PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, 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 PARA ATENDIMENTO DAS NECESSIDADES DA AUTARQUIA DE SEGURANÇA, TRÂNSITO E TRANSPORTE.

1.1.1 Integram ainda o objeto, as atividades complementares, como 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 destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- d) o acompanhamento e orientação da comunicação institucional, assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte de Tianguá e suas Autarquias interessadas.

1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação, 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.

1.1.2 É vedado incluir outros serviços não previstos no subitem 1.1.1, 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.

1.1.2.1 Não se inclui 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.

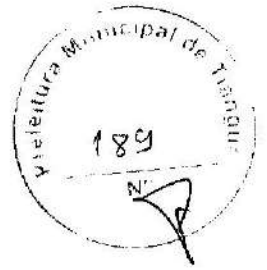
1.2 Para a prestação dos serviços será contratada **01 (uma) agência de propaganda**, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.2.1 Os serviços objeto da presente CONCORRÊNCIA serão contratados com a agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de atendimento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

1.2.2 A agência atuará por ordem e conta da ANUNCIANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.



Prefeitura de  
**Tianguá**



1.2.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.

## 2. CONTRATANTE

Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte de Tianguá (ASTT).

## 3. GLOSSÁRIO

**I. AÇÃO PUBLICITÁRIA:** o conjunto dos serviços executados internamente pela agência contratada e dos serviços por ela intermediados junto a fornecedores e a veículos de divulgação, referente a peça e ou material publicitário, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral;

**II. AGÊNCIA:** a empresa de propaganda especializada na arte e na técnica publicitárias, que, com a colaboração de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade;

**III. ANUNCIANTE / CONTRATANTE:** o órgão ou a entidade que realize licitação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência e ou que seja signatário de contrato dessa espécie de serviços;

**IV. ATIVIDADES COMPLEMENTARES:** as atividades referentes à execução de serviços especializados prestados por fornecedores, a saber: a) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e sobre: a) os resultados das campanhas realizadas; b) a produção técnica das peças e projetos publicitários criados; c) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

**V. BRIEFING:** o documento elaborado pelo anunciante no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para a elaboração de proposta pela licitante, na licitação;

**VI. CADASTRO DE FORNECEDORES:** o cadastro de pessoas físicas ou jurídicas aptas a fornecer serviços especializados à contratada, relacionados com as atividades complementares referentes à execução do objeto do contrato;

**VII. CAMPANHA:** o conjunto coordenado de peças e ou material de publicidade criados e produzidos para veiculação, exposição e ou distribuição, conforme o caso;

**VIII. CONTRATADA:** a agência contratada para prestar os serviços de publicidade;

**IX. CONTRATO:** o instrumento firmado entre órgão ou entidade e agência, para a prestação de serviços de publicidade;

**X. CPL:** Comissão Permanente de Licitação responsável pela realização e julgamento do certame licitatório;



**XI. DISTRIBUIÇÃO:**

- a) O modo, indicado pela licitante, como deve ser feita a veiculação, exposição e ou distribuição das peças e ou material integrante de sua proposta;
- b) O encaminhamento de peças e ou material, pelo anunciante ou pela contratada, a públicos de interesse;
- c) A referência genérica feita a procedimentos adotadas pela contratada para que peças ou material cheguem a veículos de divulgação.

**XII. INSTITUIÇÃO:** Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte de Tianguá;

**XIII. MÍDIA:** o conjunto dos meios e dos veículos de divulgação;

**XIV. NÃO MÍDIA:** os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de comunicação para a transmissão de mensagens publicitárias;

**XV. PEÇA E MATERIAL PUBLICITÁRIO:** os elementos isolados de comunicação publicitária ou integrantes de uma campanha;

**XVI. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE:** o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, 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 a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

**XVII. SUBCOMISSÃO TÉCNICA:** a subcomissão especialmente selecionada pelo anunciante, mediante sorteio, com a função de analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas na licitação;

**XVIII. VEICULAÇÃO:** a transmissão de mensagens publicitárias por veículo de divulgação.

**4. DO RECEBIMENTO E ABERTURA DOS INVÓLUCROS E DA SESSÃO INAUGURAL**

4.1. A sessão inaugural será realizada no dia **05/05/2023**, às **08h30min**, na **AV. MOISES MOITA, 785 – NENÊ PLÁCIDO – CEP: 62.327-335 – TIANGUÁ**, data, horário e local onde serão recebidos os invólucros com as Propostas Técnicas e Proposta de Preços.

4.2 Caso não haja expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e horário.

4.3 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, e na legislação pertinente.

4.4 Não serão recebidos invólucros com Propostas e com documentos de Habilitação enviados pelos Correios, por meio de empresa de transporte ou outras especializadas em entregas, fora do horário.

4.5 O invólucro de nº 05, contendo os documentos de Habilitação, será recebido e aberto em dia, local e horário a serem designados posteriormente pela CPL.

4.6 Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário local.

## **5. RETIRADA DO EDITAL E DO ACESSO ÀS INFORMAÇÕES**

5.1. Será retirado na Sede da Comissão Permanente de Licitação, localizada na AV. MOISES MOITA, 785 – NENÉ PLÁCIDO – CEP: 62.327-335 – TIANGUÁ – CE, e nos seguintes sites: [www.tce.ce.gov.br](http://www.tce.ce.gov.br), nos termos da IN 04/2015-TCM/CE, e no site da oficial do Município de Tianguá-CE.

## **5.2. DO ACESSO A INFORMAÇÕES**

5.2.1 Sem prejuízo das publicações necessárias, qualquer alteração, modificação ou informação referente ao edital em questão estarão disponíveis nos endereços eletrônicos especificados no subitem anterior, sendo de inteira responsabilidade dos interessados acompanhar eventual publicação de informações prestadas pelo Município sobre esta CONCORRÊNCIA, inclusive antes da entrega das Propostas, não cabendo aos mesmos alegar desconhecimento.

## **6. DOS REQUERIMENTOS DE ESCLARECIMENTOS**

6.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito: protocolizado na sede da Comissão Permanente de Licitação – CPL, localizada no endereço, Av. Moises Moita, 785 – Nenê Plácido – CEP: 62.327-335, Tianguá/CE, ou pelo e-mail: [licitacao@tiangua.ce.gov.br](mailto:licitacao@tiangua.ce.gov.br).

6.1.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito.

6.1.1.1 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.

6.1.1.2 A Comissão Permanente de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas às demais licitantes que retiraram este Edital, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante, por fax e ou mediante divulgação na imprensa oficial do Município de Tianguá.

6.1.2 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o endereço da CPL para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

## **7. DAS IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

7.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 17:00min, na Comissão Permanente de Licitação – CPL, no Endereço, AV. MOISES MOITA, 785 – NENÉ PLÁCIDO – CEP: 62.327-335 – TIANGUÁ – CEARÁ.

7.2 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) 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.

7.2.1 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.

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





## 8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

**8.1.** Poderá participar da presente CONCORRÊNCIA, a agência de propaganda que atenda às condições deste Edital, apresente os documentos nele exigidos.

**8.2** A pessoa jurídica Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP), poderá participar deste certame licitatório com o tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar nº 123/2006. Para tanto deverá comprovar sua condição mediante apresentação de Declaração, nos devidos termos, firmada pelo contador da empresa, ratificando não haver nenhum dos impedimentos previstos no art. 3º, §4º, da referida lei.

**8.2.1.** A declaração em questão deverá ser entregue ao Presidente da CPL logo no início da sessão de abertura, separadamente dos envelopes exigidos nesta licitação, pela empresa que pretende se beneficiar através do regime diferenciado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123/2006.

**8.2.2.** A não entrega desta declaração indicará que a licitante optou por não utilizar os benefícios previstos na Lei Complementar nº. 123/2006.

**8.3.** Não poderá participar desta CONCORRÊNCIA a agência de propaganda:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Pública Direita ou Indireta do Município de Tianguá;
- 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) empresa cujos seus dirigentes, controladores, empregados ou responsáveis técnicos ou legais, esteja ocupante de cargo ou emprego na Administração Direta ou Indireta da Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte ou seus integrantes façam parte da subcomissão técnica que atuará na análise das propostas técnicas ou tenham qualquer vínculo profissional com o ANUNCIANTE;
- f) empresas que estejam reunidas sob a forma de consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição.

**8.4** Nenhuma licitante poderá participar desta CONCORRÊNCIA com mais de uma Proposta.

**8.5** A participação na presente CONCORRÊNCIA implica, tacitamente, para as licitantes:

- a) a confirmação de que receberam da CPL o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.3 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta CONCORRÊNCIA;
- b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas, condições constantes deste Edital, seus anexos, bem como a observância dos regulamentos, normas e das disposições legais pertinentes;
- c) a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

**8.6** A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta CONCORRÊNCIA, ressaltado que a Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte de Tianguá não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

## 9. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

**9.1** Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à CPL o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade com fotografia e fé pública, dentro do prazo de validade, tais como: carteira de identidade, passaporte, carteira de trabalho, carteira de motorista, carteiras de identidade de conselhos regionais e federações trabalhistas (a exemplo da OAB, CREA, CRM), no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.



**9.1.1 Tratando-se de sócio proprietário ou dirigente:** Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição (o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial), 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 assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que o servidor ateste sua autenticidade.

**9.1.2 Tratando-se de procurador ou representante:** Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes específicos constantes do Modelo de Procuração/Credenciamento que constitui o Anexo II deste Edital, com firma reconhecida. Neste caso, o preposto também deverá entregar à CPL 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 (o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial).

**9.1.3** Os documentos previstos nos dois subitens anteriores deverão ser entregues à CPL apartados dos invólucros das Propostas e, quando for o caso, dos documentos de Habilitação.

**9.1.3.1** A apresentação da cópia do ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor na fase de credenciamento não exime da obrigação de juntar no envelope de documentos de habilitação, sendo extremamente necessária a apresentação também no envelope nº. 05 "Documentos de Habilitação".

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

**9.3** A documentação apresentada na primeira sessão de recepção das Propostas Técnicas e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões.

**9.4** Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante credenciada, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa credenciada.

**9.5** Na hipótese de substituição do representante credenciado no decorrer do processo licitatório, deverá ser realizado novo credenciamento.

**9.6** 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 CPL, na data, hora e local indicados neste edital.

**9.7** A Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP) que quiser usufruir dos benefícios do tratamento diferenciado concedido pela Lei Complementar nº. 123/2006 deverá apresentar junto com o credenciamento Declaração firmada pelo contador da empresa, nos devidos termos ratificando não haver nenhum dos impedimentos previstos no art. 3º, §4º, da referida lei.

**9.8** Os documentos de credenciamento, com a respectiva cédula de identidade ou documento equivalente com foto, deverão ser apresentados EXTRA E FORA DOS INVÓLUCROS de Propostas Técnicas, Proposta de Preço ou Documentos de Habilitação.

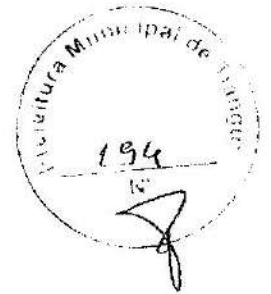
**9.9** Os documentos de credenciamento serão retidos pela Comissão Permanente de Licitação e juntados aos autos do processo licitatório.

## **10. DA 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 deste 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 12.2 e 12.3 deste Edital.

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. Moises Moita, 785 – Nenê Plácido – CEP: 62.327-335, Tianguá/CE, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, no horário de expediente de 08h00min às 17:00min.

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 abertura e apenas nela, sem qualquer outra forma de lacre, assinatura, rubrica ou qualquer identificação que não seja a disposta neste 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 XXXXXXXXXXXX-ASTT**

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.

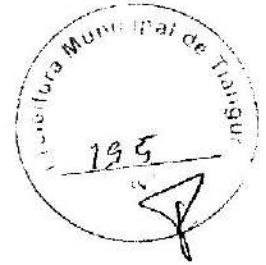
10.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

#### **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 XXXXXXXXXXXX-ASTT**



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 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 XXXXXXXXXXXX-ASTT

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:

- a) **Plano de Comunicação Publicitária:**
  - a.1) Raciocínio Básico;
  - a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária;
  - a.3) Ideia criativa;
  - a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia.
- b) **Capacidade de Atendimento;**
- c) **Repertório;**
- d) **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;

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/m<sup>2</sup>, 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 12.3.3.2.

**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/m<sup>2</sup>, 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, todos deste Edital.

**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 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, todos deste Edital.

**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 sub quesitos. 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 subquestos 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 da Autarquia de Segurança, Trânsito e Transportes 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 pela Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte, 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 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.**

**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.

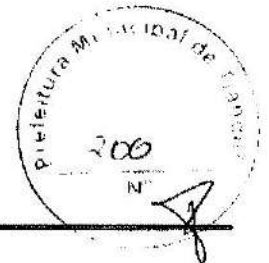
**12.5.1** Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 12.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

**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 da Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte, sem ônus adicionais, na vigência do contrato, pois o custo desses serviços já está contemplado no orçamento total da licitação.

**12.6.1** A Autarquia de Segurança, Trânsito e Transporte se reserva ao direito de solicitar, durante a execução do contrato, o instrumento de contratação do instituto 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 Tianguá.

**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 Tianguá, 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:

12.10.4.1 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;

### 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: