

## CONCORRÊNCIA Nº 001/2022 – PROCESSO Nº CO-CT/002503/2021 EDITAL

**Tipo de Licitação: MELHOR TÉCNICA**

**Data: 5 de abril de 2022**

**Horário: 10 h**

**Local: Sala de reuniões da ABDI, localizada no SIG, Quadra 4, Bloco B, Ed. Capital Financial Center, Brasília-DF.**

### 1. PREÂMBULO

1.1. A **ABDI** – Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial, por meio da Comissão de Contratação designada pela Portaria nº UJ/00004/2022, de 14/01/2022., torna público para conhecimento dos interessados que, na data, horário e local acima indicado, fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, conforme descrito neste Edital e seus respectivos Anexos.

1.2. O procedimento licitatório obedecerá integralmente ao Regulamento de Licitações e de Contratos da **ABDI** (RLC), cujo inteiro teor está disponível no sítio eletrônico da **ABDI** ([www.abdi.com.br](http://www.abdi.com.br) / Transparência e Prestação de Contas / Legislação Aplicável).

### 2. DO OBJETO

2.1 A licitação destina-se à contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse, a serem prestados por 1 (uma) agência de publicidade e propaganda, em apoio às atividades de Comunicação e Marketing da ABDI, observadas as condições contratuais, bem como as especificações estabelecidas no Projeto Básico, Anexo I deste Edital.

2.2 Também integram o objeto desta concorrência, como atividades diretamente relacionadas e complementares, os serviços especializados pertinentes de pesquisas e outros instrumentos de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação; a produção de peças e de materiais de mídia e não mídia, incluindo mídias sociais digitais; e a criação de formas inovadoras de comunicação, em consonância com as novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e ações publicitárias, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas e de informar ao público sobre produtos, serviços e ações em geral da ABDI ou dos quais a ABDI faça parte, como parceira, conveniada, apoiadora, entre outras modalidades.

**2.3** Os serviços previstos não abrangem as atividades de patrocínio, de relações públicas e de assessoria de imprensa. Não se incluem no conceito de patrocínio os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de comunicação e divulgação.

**2.4** Para fins desta concorrência, as ações de publicidade abrangem ações de promoção, marketing, endomarketing e, de forma geral, ações de comunicação externa e interna.

**2.5** Os serviços de publicidade serão prestados em todo o território nacional e em países estratégicos sob o ponto de vista de marketing e de acordo com as necessidades da ABDI.

**2.6** A especificação do objeto, os requisitos exigidos, as obrigações específicas e as demais condições para a execução dos serviços constam deste Edital e de seus Anexos.

### **3. DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO**

**3.1** Somente poderão participar deste procedimento seletivo as licitantes legalmente constituídas como agência de publicidade e propaganda cuja atividade seja disciplinada pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

**3.2** Não poderão participar desta licitação:

**3.2.1** Pessoas físicas ou jurídicas declaradas inidôneas ou que estejam suspensas ou impedidas de contratar com órgãos da administração ou outros entes do Sistema S, nos termos do § 2º do art. 2º do RLC/ABDI;

**3.2.2** Empresa estrangeira não autorizada a funcionar no País;

**3.2.3** Empresa que se encontre em processo fusão, cisão ou incorporação, e ainda, em processo de dissolução, recuperação judicial, recuperação extrajudicial, concurso de credores, falência e liquidação (exceto aquelas que apresentem Plano de Recuperação aprovado e homologado judicialmente e em pleno vigor, ou nos casos em que haja decisão judicial que permita a participação em licitações);

**3.2.4** Sociedades integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;

**3.2.5** Empresas que estejam registradas no Cadastro de Empresas Inidôneas ou Suspensas (CEIS), mantido pela Controladoria Geral da União (CGU) e acessível por meio do endereço eletrônico: [www.portaltransparencia.gov.br](http://www.portaltransparencia.gov.br);

**3.2.6** Consórcios de empresas, qualquer que seja sua forma de constituição; e

**3.2.7** Membros do Conselho Deliberativo, do Conselho Fiscal, da Diretoria Executiva da ABDI, e seus empregados. Na hipótese de as pessoas acima indicadas desempenharem função na licitação, na fiscalização ou na gestão do contrato, a vedação descrita se estende às pessoas jurídicas que tenham como dirigentes, controladores, acionistas ou detentores de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto os membros do Conselho Deliberativo, do Conselho Fiscal, da Diretoria Executiva ou empregados da ABDI, bem como seus cônjuges, companheiros ou parentes em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

**3.3** A agência não poderá subcontratar outra agência de publicidade e propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e para a supervisão dos serviços litados no subitem 2.2 deste Edital.

**3.4** Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

**3.5** A participação na presente licitação implica, tacitamente, para a licitante:

**3.5.1** a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes neste edital e em seus anexos;

**3.5.2** a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;

**3.5.3** a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

## **4. DO CREDENCIAMENTO**

**4.1** Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as licitantes poderão credenciar, junto à Comissão de Contratação, apenas um representante que deverá apresentar documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preços, juntamente com documento comprobatório da representação.

**4.2 as licitantes deverão apresentar certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu §1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), conforme normas-padrão da atividade publicitária.**

**4.3** Os documentos de credenciamento deverão ser apresentados fora dos envelopes que contêm a Documentação de Habilitação e das Propostas e comporão os autos do processo licitatório.

**4.4** Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou em cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente.

**4.5** 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. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

**4.6** A ausência do documento que habilite a representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

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

**4.8** Nenhum interessado poderá participar desta concorrência representando mais de um licitante.

**4.9** 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 envelopes diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados neste Edital.

## **5. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS PROCEDIMENTOS DA LICITAÇÃO**

**5.1** Até as 10h do dia 5 de abril de 2022, os interessados ou seus representantes legais deverão se apresentar para a primeira sessão pública desta concorrência, de posse dos documentos e propostas a serem entregues ao Presidente da Comissão de Contratação, distribuídos em 4 (quatro) envelopes distintos, como segue:

- a) **ENVELOPE “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA** – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário;
- b) **ENVELOPE “B” – PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA** – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitário;
- c) **ENVELOPE “C” – PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES;**
- d) **ENVELOPE “D” – PROPOSTA DE PREÇOS**

**5.2** Com exceção do envelope ENVELOPE “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, todos os envelopes deverão conter, cada um: Nome, Razão Social, CNPJ e a designação do seu conteúdo (B – Proposta Técnica Identificada; C – Capacidade

de Atendimento Repertório e Relatos de Soluções; D – Proposta de Preços).

**5.3** Não serão aceitos envelopes sem a devida identificação, quando ela for exigida.

**5.4** Não serão recebidos ou aceitos propostas e documentos de habilitação remetidos via e-mail ou qualquer processo de transmissão eletrônica, nem por via postal ou serviço de entrega.

**5.5** O conteúdo do ENVELOPE “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, não deverá ser identificado, sob pena de desclassificação. É vedada, também sob pena de desclassificação, a aposição neste Envelope e em todo o seu conteúdo de qualquer tipo de identificação da licitante, marca, sinal ou qualquer outro tipo de elemento que a identifique, inclusive etiquetas e lacres.

**5.6** O conteúdo do ENVELOPE “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA”, **deverá ser obrigatoriamente acondicionado em envelope fornecido pela ABDI, juntamente com o lacre.**

**5.7** Declarada aberta a primeira sessão pelo presidente da Comissão de Contratação, haverá tolerância de 15 (quinze) minutos em relação ao horário previsto. Após, não mais serão admitidos novos proponentes e/ou novas propostas.

**5.8** Aberta a primeira sessão pública, a Comissão de Contratação receberá os envelopes “A”, “B”, “C” e “D”, momento em que os representantes das licitantes presentes procederão à aposição de rubrica em todos os Envelopes apresentados.

**5.9** Primeiramente, será realizada a verificação dos conteúdos dos ENVELOPES “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário, que terão todas as suas páginas rubricadas pelos membros da Comissão de Contratação, que, ato contínuo restituirão o conteúdo aos Envelopes “A”, que serão lacrados pela Comissão, após rubricados pelos representantes, para posterior análise pela Subcomissão Técnica.

**5.10** Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material, que compõe a via apócrifa do Plano de Comunicação Publicitária, que permita, inequivocamente, a identificação prévia de sua autoria, a licitante será automaticamente desclassificada do certame e ficará impedida de participar das fases posteriores.

**5.11** Após o tratamento dos ENVELOPES “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário, serão abertos os ENVELOPES “C” – PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES, ocasião em que todas as páginas serão rubricadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

**5.12** A análise dos documentos constantes dos ENVELOPES “A” e “C”, contendo, respectivamente, a PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário e a PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, RÉPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES, ocorrerá em sessão reservada e será realizada por Subcomissão Técnica, designada por meio de Portaria específica e analisará primeiramente e em separado os Envelopes “A” – PROPOSTAS TÉCNICAS APÓCRIFAS – Vias Não Identificadas dos Planos de Comunicação Publicitário.

**5.13** Após o término do julgamento dos ENVELOPES “A” e “C” pela Subcomissão Técnica, será marcada a segunda sessão pública na qual serão abertos os ENVELOPES “B” – PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitário com a finalidade de confrontar seu teor com as respectivas vias sem identificação, constantes dos ENVELOPES “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário.

**5.14** Na segunda sessão serão expostas as notas técnicas dos Envelopes “A” e “C”, correlacionando-as com a identificação da licitante, consolidando as notas finais das Propostas Técnicas e informando às licitantes de eventuais desclassificações.

**5.15** Será classificada em primeiro lugar, no julgamento das Propostas Técnicas, a licitante que obtiver a maior nota.

**5.16** Concluída a fase de classificação das Propostas Técnicas, será realizada a terceira sessão pública, em data, local e horário designados pela Comissão de Contratação, para abertura do ENVELOPE “D” – PROPOSTA DE PREÇOS.

**5.17** Somente serão abertos e analisados os ENVELOPES “D” – PROPOSTA DE PREÇOS das licitantes classificadas na Proposta Técnica. Na ocasião, os documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos licitantes presentes.

**5.18** Após análise do conteúdo dos ENVELOPES “D” – PROPOSTA DE PREÇOS pela Comissão de Contratação, haverá a classificação das Propostas de Preço, sendo desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do Edital.

**5.19** Após o término do julgamento dos ENVELOPES “D” – PROPOSTA DE PREÇOS, a Comissão verificará se a empresa mais bem classificada na Proposta Técnica apresentou a proposta com menor preço.

**5.20** Caso o menor preço apresentado seja da licitante mais bem classificada na Proposta Técnica, a empresa será declarada vencedora da etapa de julgamento das propostas Técnicas e de Preço. Caso contrário, a Comissão passará à negociação para verificação se a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica concorda em praticar as mesmas condições da proposta de menor preço entre as propostas



apresentadas pelas licitantes classificadas e habilitadas, oportunidade em que também será declarada vencedora da etapa de julgamento final das propostas Técnicas e de Preço.

**5.21** Caso a licitante que obtiver a maior nota na Proposta Técnica não tenha apresentado a menor Proposta de Preço e não concorde em praticá-la, as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, serão chamadas para se manifestarem quanto à concordância em realizar os serviços pelas mesmas condições da proposta de menor preço.

**5.22** Nesta sessão (terceira), a licitante classificada em primeiro lugar será convocada para apresentar o ENVELOPE “E” – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.

**5.23** Será realizada a abertura do ENVELOPE “E” – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO somente da licitante vencedora do julgamento final das propostas Técnicas e de Preço, para verificação, após rubrica da Comissão de Contratação e dos representantes presentes das licitantes.

**5.24** Será considerada para análise da validade dos documentos de habilitação a data marcada para a terceira sessão pública, devendo os referidos documentos estarem válidos na data em questão. Tais documentos deverão estar válidos também no momento da contratação.

**5.25** Caso a licitante vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço seja inabilitada, a Comissão convocará a licitante classificada seguinte e prosseguirá com a abertura do ENVELOPE “E” – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, e assim por sequência, até que uma licitante atenda aos requisitos de habilitação.

**5.26** Será considerada vencedora da concorrência a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica e que tiver apresentado a proposta de menor preço ou que, após negociação da Comissão de Contratação, concordar em praticar as mesmas condições da proposta de menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas, e que tenha sido habilitada.

**5.27** Caso todas as propostas sejam desclassificadas ou caso todas as empresas sejam consideradas inabilitadas, poderá ser fixado o prazo de até 5 (cinco) dias úteis para a apresentação de novos documentos com os problemas que levaram à inabilitação corrigidos ou mesmo novas propostas, com eliminação das causas apontadas no ato de desclassificação, contendo inclusive novos preços, salvo nos casos em que a desclassificação de todas as licitantes for motivada por problemas nas Propostas Técnicas, situação que motivará a realização de um novo processo licitatório.

**5.28** Os Envelopes contendo as propostas de preços e os documentos de habilitação das licitantes não classificadas serão retidos pela Comissão de Contratação, ficando disponíveis para retirada após 2 (dois) dias úteis, a contar da

assinatura do contrato com a licitante vencedora do certame. Passados 30 (trinta) dias da assinatura do contrato, caso não tenham sido retirados, a Comissão de Contratação procederá à destruição desses documentos.

**5.29** A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas nas sessões de recebimento e abertura de envelopes e/ou por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **6. DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – CONTEÚDO**

**6.1** As Propostas Técnicas deverão ser entregues à Comissão de Contratação acondicionadas nos Envelopes “A”, “B” e “C”.

**6.2** Para julgamento da licitação, baseada no critério de MELHOR TÉCNICA, a avaliação das Propostas Técnicas será feita por Subcomissão Técnica, composta por três técnicos de reconhecida competência na área, nomeados por portaria da ABDI e especialmente constituída para esse fim.

**6.3** As Propostas Técnicas deverão ser redigidas em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa ou identificação endereço completo, número do telefone e e-mail, quando existente, exceto para os itens que compõem o ENVELOPE “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, que deverão ser apresentados sem a identificação da empresa.

**6.4** As Propostas Técnicas deverão ter as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da licitante, com exceção do conteúdo do ENVELOPE “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA.

**6.5** As Propostas Técnicas deverão ter indicação de que seu prazo de validade não será inferior a 120 (cento e vinte) dias, contados da data de sua entrega, ficando estabelecido que, na omissão dessa informação, será considerado esse prazo.

**6.6** Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

**6.7** As Propostas Técnicas deverão ser estruturadas de acordo com os quesitos e subquesitos de julgamento assim definidos (detalhados abaixo): 1 – Plano de Comunicação Publicitário, composto por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia; 2 – Capacidade de Atendimento; 3 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e 4 – Repertório.

Quesitos	Subquesitos
----------	-------------



1 - Plano de Comunicação Publicitário	1 - Raciocínio Básico
	2 - Estratégia de Comunicação Publicitária
	3 - Ideia Criativa
	4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia
2 - Capacidade de Atendimento	
3 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	
4 - Repertório	

**6.7.1** Via Não Identificada e Via Identificada, que integram o conjunto da Proposta Técnica, versarão sobre o seguinte:

**6.7.1.1** Raciocínio Básico: sob a forma de texto, apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação social publicitária da ABDI, evidenciando a compreensão da proponente sobre o que é a ABDI e suas características, sobre o objeto da licitação, sobre os desafios de comunicação a serem enfrentados, sobre os desafios de comunicação apresentados no *Briefing* (Anexo II).

**6.7.1.2** Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto e com base no *Briefing* (Anexo II), indicará e defenderá a estratégia publicitária escolhida para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela ABDI, de acordo com seu Raciocínio Básico. Espera-se que a licitante explicita e defenda o partido temático e o conceito central de comunicação publicitária que fundamentam a estratégia proposta (o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer, que ferramentas e meios utilizar).

**6.7.1.3** Ideia Criativa: sob a forma de exemplos de peças publicitárias, corresponderá à resposta criativa da proponente aos desafios e metas explicitados na Estratégia de Comunicação Publicitária. Espera-se que a licitante demonstre adequação ao desafio de comunicação, síntese da estratégia adotada, abrangência em relação aos públicos aos quais se destina a campanha, de modo que ofereça múltiplas interpretações favoráveis e seja original, simples, pertinente e exequível.

**6.7.1.4** Estratégia de Mídia e Não Mídia: sob a forma de texto, tabelas, gráficos e/ou planilhas, a proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas de mídia e não mídia propostas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no *Briefing* (Anexo II). A licitante apresentará também simulação de plano de distribuição, no qual identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição. Espera-se que a empresa demonstre conhecer os públicos prioritários, capacidade analítica, consistência, pertinência, oportunidade, capacidade de otimização dos recursos, criatividade e, por fim, que integre a Estratégia de Mídia à Estratégia de Comunicação Publicitária apresentada.

**6.7.2** O conteúdo dos ENVELOPES “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS D SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, que integra o conjunto da Proposta Técnica, versará sobre o seguinte:

**6.7.2.1** Capacidade de Atendimento: sob a forma de texto, a licitante deverá demonstrar sua capacidade de atendimento à ABDI. Também deverá explicitar a metodologia de atendimento a ser adotada durante a execução do contrato, além de apontar a experiência acumulada em atividades de publicidade e propaganda.

**6.7.2.2** Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: sob a forma de texto, a licitante apresentará informações que descrevam o desenvolvimento de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas por ela e referendadas pelos respectivos clientes, de modo que fique demonstrada a capacidade de transpor desafios reais de comunicação, nas áreas de publicidade e propaganda.

**6.7.2.3** Repertório: nesse quesito, a licitante deverá comprovar, sob a forma de peças concebidas e veiculadas, seu desempenho na prestação de serviços de publicidade e propaganda, evidenciando capacidade criativa e qualidade de execução.

**6.7.3** A critério da ABDI, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e/ou veiculada, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

## **7. DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – APRESENTAÇÃO**

**7.1.** A apresentação dos Envelopes “A”, “B” e “C”, que compõem a Proposta Técnica, consistirá em um conjunto de textos e anexos, conforme detalhamento a seguir:

**7.1.1** O conteúdo em texto do Envelope “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em caderno único, em formato A4, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4, ambas em branco;
- c) Textos em fonte Arial, corpo 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento normal entre caracteres, espaçamento simples entre as linhas, espaçamento duplo entre parágrafos, espaçamento duplo antes e depois de títulos, subtítulos e de entretítulos;

- d) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna;
- e) A numeração deve ser feita e, algarismo arábico centralizada na parte inferior e margens da página em configuração normal com as seguintes medidas: superior: 3 cm, inferior: 2,5 cm, esquerda: 3 cm, direita: 2,5 cm; e
- f) A Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Envelope “B”.

**7.1.2** O conteúdo em texto do Envelope “B” – PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitário deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em caderno único, em formato A4, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa em papel A4, com identificação da licitante;
- c) Contracapa em papel A4;
- d) Textos em fonte Arial, corpo 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento normal entre caracteres, espaçamento simples entre as linhas, espaçamento duplo entre parágrafos, espaçamento duplo antes e depois de títulos, subtítulos e de entretítulos;
- e) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna; e
- f) A numeração deve ser feita e, algarismo arábico centralizada na parte inferior e margens da página em configuração normal com as seguintes medidas: superior: 3 cm, inferior: 2,5 cm, esquerda: 3 cm, direita: 2,5 cm.

**7.1.3** O conteúdo em texto do Envelope “C” – PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em caderno único, em formato A4, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa em papel A4, com identificação da licitante;
- c) Contracapa em papel A4;
- d) Textos em fonte Arial, corpo 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento normal entre caracteres, espaçamento simples entre as linhas, espaçamento duplo entre parágrafos, espaçamento duplo antes e depois de títulos, subtítulos e de entretítulos;
- e) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna; e
- f) A numeração deve ser feita e, algarismo arábico centralizada na parte inferior e margens da página em configuração normal com as seguintes medidas: superior: 3 cm, inferior: 2,5 cm, esquerda: 3 cm, direita: 2,5 cm.

**7.1.4** Os textos que compõem o item “Raciocínio Básico” estão limitados a 12 (doze) páginas.

**7.1.5** Os textos que compõem o item “Estratégia de Comunicação Publicitária” estão limitados a 12 (doze) páginas.

**7.1.6** Os textos que compõem o item “Ideia Criativa” estão limitados a 12 (doze) páginas.

**7.1.7** Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas o conteúdo não pode danificar os Envelopes em que está acondicionado, sob pena de desclassificação da licitante.

**7.1.8** Nos casos em que for permitido, conteúdo impresso apresentado em formato A3 será computado como duas páginas.

**7.1.9** Qualquer informação que extrapole a quantidade de laudas permitida será desconsiderada, podendo resultar em perda de pontuação caso comprometa a conclusão textual ou a compreensão do conteúdo.

**7.1.10** Assinaturas de terceiros em declarações e atestados poderão ser apostas de próprio punho ou por meio de certificados digitais reconhecidos por autoridade competente.

## **7.2** ENVELOPE “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário:

**7.2.1** Só será aceita a PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário que estiver acondicionada no envelope padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação, a ser retirado pela licitante no protocolo da ABDI, localizada no Edifício Capital Financial Center, SIG, Quadra 4 - Bloco B, Brasília/DF, durante seu horário regular de funcionamento: de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h30 e das 14h às 18h30. Os envelopes padrão estarão disponíveis 10 dias corridos antes da primeira sessão de abertura das propostas.

**7.2.2** A proposta contida no Envelope “A” deverá ser entregue na primeira sessão pública, sem fechamento, e não poderá ter nenhuma identificação ou apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, sob pena de desclassificação.

**7.2.3** A licitante deve cuidar para que o layout de apresentação do caderno da proposta apócrifa não seja idêntico, parecido, ou mesmo similar, ao conteúdo apresentado no ENVELOPE “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, evitando assim a identificação de sua autoria antes da

abertura do Envelope “B”.

**7.2.4** Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope “A” que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitário, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará com todos os seus envelopes até que finde o prazo para recursos relativos a essa fase.

**7.2.5** O Envelope “A” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, deverá conter a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário, composto por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, e elaborado com base no *Briefing* (Anexo II).

**7.2.6** Para a apresentação de sua Proposta Técnica no Envelope “A”, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) Raciocínio Básico: sob a forma de texto, conforme descrito no subitem 6.7.1.1, na forma descrita no subitem 7.1 e devem seguir as especificações do subitem 7.1.4.
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto, conforme descrito no subitem 6.7.1.2, na forma descrita no subitem 7.1 e devem seguir as especificações do subitem 7.1.5.
- c) Ideia Criativa: exclusivamente sob a forma de peças publicitárias, a licitante apresentará campanha publicitária com a sua resposta criativa aos desafios e metas por ela explicitados na Estratégia de Comunicação Publicitária, conforme descrito no subitem 6.7.1.3, devem seguir as especificações do subitem 7.1.6. e estar de acordo com as seguintes disposições:
  - I) Contemplará a relação de todas as peças publicitárias apontadas como essenciais à superação dos desafios e objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing* (Anexo II), com brevíssima descrição de cada uma (especificação e finalidade), além dos exemplos de peças publicitárias que ilustrarão de forma objetiva a campanha proposta, limitadas a 10 (dez) peças, apresentadas fisicamente como exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça/material.
  - II) Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite de 10 (dez) que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘I’, acima, deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.
  - III) É vedada a apresentação de texto que explique a ideia criativa e suas peças ou defenda as escolhas da agência. A empresa deve apresentar

sob a forma de texto tão somente a lista com nome e/ou mídia indicada para as peças apresentadas. A inclusão de texto explicativo, nesse quesito, significará a desclassificação da empresa.

- IV) Os exemplos de peças publicitárias poderão ser apresentados em tamanho real ou reduzido, sem prejuízo à sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem *passe-partout*, dobrados ou não, sob a forma de roteiro, 'monstro', *layout* eletrônico, *storyboard*, 'boneca', vídeo, entre outros formatos.
- V) O tamanho das impressões poderá ser escolhido pelas licitantes, desde que caibam no envelope padrão a ser disponibilizado pela Comissão de Contratação e de maneira a não danificar o invólucro ou as peças. Peças que não se ajustem às dimensões do envelope poderão ser dobradas.
- VI) Peças que necessitem ser apresentadas em mídia eletrônica deverão ser entregues em *pendrive*. Os arquivos deverão ser executáveis em sistema operacional Windows e estar identificados de forma genérica, de modo que não permita determinar a autoria da peça publicitária por meio de símbolo, sinal, etiqueta ou qualquer outro mecanismo. Somente o fabricante da mídia poderá ser identificável e ficará a critério da licitante a nomeação dos arquivos.
- VII) Os exemplos de peças publicitárias não serão avaliados como peças finalizadas, mas como referências das propostas, independentemente da forma escolhida.
- VIII) Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:
  - 1) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
  - 2) cada peça apresentada como parte de um kit será computada individualmente até o referido limite;
  - 3) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, somente se o conjunto transmitir mensagem única;
  - 4) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;



5) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças; e

6) um banner de internet e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

IX) Na hipótese de apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea VIII, não poderão ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplará o seguinte:

I) Estratégia de mídia, contendo a proposição e a defesa dos meios, das formas inovadoras de comunicação publicitária e dos recursos próprios de comunicação da ABDI a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

II) Tática de mídia, contendo o detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III) Plano de mídia, composto pelas planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação (período, número de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos);

IV) Plano com novas formas de publicidade digital, contendo meios, fornecedores, valores e indicadores-chave de performance;

V) Simulação: dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

VI) Consideram-se como não mídia os meios publicitários (*offline*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de comunicação e divulgação para transmissão de mensagens a públicos determinados.

VII) Todas as peças publicitárias que compõem a Ideia Criativa deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada.

VIII) O Plano de Mídia e/ou o Plano com novas formas de publicidade

digital propostos deverão apresentar um resumo geral com pelo menos as seguintes informações:

- 1) O período de veiculação, exposição, inserção em veículos ou distribuição das peças publicitárias;
- 2) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separadamente por meios;
- 3) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada aos meios de divulgação;
- 4) As quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;
- 5) Os valores destinados à produção e à distribuição de cada peça publicitária de não mídia;
- 6) Os valores destinados ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

IX) Na Simulação:

- 1) Os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- 2) Deve ser desconsiderado o repasse de desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art.11 da Lei nº 4.680/1965;
- 3) Para precificação de veiculação de mídia, cujos valores não estejam previstos em tabelas de preços dos veículos, ou que funcionem por meio de leilão, a exemplo de divulgação *online*, Google, Facebook e mecanismos de busca na Internet, deverão ser considerados os preços cheios praticados por esses veículos/mídias na data de publicação do Aviso de Licitação;
- 4) Deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores;
- 5) Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea "1" deverão ser os vigentes na data da publicação do primeiro Aviso de Licitação.

- X) A agência deverá apresentar como anexo, que não contabilizará no número total de páginas da proposta, quadro resumo da distribuição da verba disponível nas rubricas de estudo e pesquisa, criação, produção e veiculação.
- XI) A agência deverá apresentar, como anexos, que não contabilizarão no número total de páginas da proposta, as Autorizações de Veiculação que corporifiquem a estratégia de mídia apresentada.
- XII) As empresas, quando da elaboração da simulação do plano de mídia e não mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, deverão utilizar os valores cheios, sem desconto, das tabelas adequadas ao serviço em questão, sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço.

### **7.3 ENVELOPE “B” - PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitário:**

**7.3.1** O conteúdo do Envelope “B” será uma cópia da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitário, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de sua autoria.

**7.3.2** O conteúdo deverá estar em papel que identifique a licitante, rubricado em todas as páginas, datado e assinado na última página pelo seu representante legal.

### **7.4 ENVELOPE C PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES:**

**7.4.1** O Envelope “C” deverá conter as informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

**7.4.2** O julgamento do conteúdo do Envelope “C” será realizado pela mesma Subcomissão Técnica que julgará o conteúdo do Envelope “A”. Sendo assim, fica vedada a aposição no Envelope “C” e em todos os documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitário em sua via apócrifa, em qualquer momento anterior à abertura do Envelope “B”, cujo conteúdo identifica a licitante.

**7.4.3** O conteúdo do Envelope “C” deve ser apresentado impresso, em cadernos distintos (3 cadernos - um para cada quesito), sem limite de páginas, em formato A4, com total liberdade de criação e diagramação, redigidos em

língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente –, em papel que identifique a licitante, contendo o nome da proponente, a referência a esta licitação, o timbre da empresa, endereço completo, número de telefone, com as páginas dispostas em ordem sequencial e com numeração e assinatura de quem detenha poderes de representação da licitante.

**7.4.4** O Envelope “C” deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho e identificado externamente.

**7.4.5** Para a apresentação de sua Proposta Técnica no Envelope "C", a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

**7.4.5.1** Capacidade de Atendimento sob a forma de texto, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos que a licitante julgar pertinentes, apresentar em caderno específico o que segue:

I) Descrição da composição da diretoria da empresa e da equipe com a quantificação e qualificação dos profissionais que efetivamente responderão pela execução do contrato com a ABDI, de maneira discriminada, por setor da agência, respondendo à demanda de profissionais minimamente estipulada no Termo de Referência (Anexo I);

II) Para fins de comprovação da experiência na função de todos os profissionais que serão colocados à disposição da ABDI na execução do contrato, informando as respectivas áreas de atuação, a licitante deverá apresentar currículo resumido (nome, formação, experiência), acompanhado de cópia do registro profissional e de declaração assinada pelo representante legal da licitante atestando a veracidade dos dados informados.

III) A relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com especificação do início de atendimento de cada um deles e abrangência geográfica de atuação (âmbito nacional, regional, estadual ou local). A Comissão de Contratação ou a Subcomissão Especial poderá, a qualquer momento, fazer diligência para confirmar as informações prestadas;

IV) Apresentação de 2 (dois) atestados fornecidos por clientes atendidos pela agência, comprovando ter a licitante prestado, de maneira satisfatória, no mínimo, serviços de criação, execução e supervisão da produção de campanhas e peças publicitárias, indicando pontualidade no atendimento às obrigações por ela assumidas. O atestado deve conter informações sobre o período do atendimento, com assinatura do cliente. A Comissão de Contratação poderá realizar diligência para verificar a

legitimidade do atestado;

V) Apresentação textual sobre a infraestrutura disponibilizada pela licitante, incluindo recursos materiais e humanos que estarão à disposição da ABDI durante a execução do contrato;

VI) Descrição da sistemática de atendimento, a ser implementada pela agência na execução do contrato, incluídos os prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho, observadas as obrigações e prazos estabelecidos no Termo de Referência (Anexo I);

VII) Descrição das informações de marketing e comunicação, pesquisa de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia a serem colocadas regularmente à disposição da ABDI, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

**7.4.5.2 Repertório:** sob a forma de peças publicitárias, a licitante deverá demonstrar em caderno específico seu desempenho na prestação de serviços publicitários, conforme o que segue:

I) Apresentar no máximo 10 (dez) peças, de qualquer tipo ou forma de veiculação/exposição/distribuição;

II) Apresentar pelo menos 1 (um) filme ou VT, 1 (um) spot de rádio ou jingle, 1 (um) anúncio de jornal ou revista, 1 (uma) ação de internet (tais como banner, hotsite, marketing viral e outros) e 1 (uma) peça de mídia exterior (outdoor, mobiliário urbano, busdoor e outros) 1 (uma) ação de endomarketing (mídia indoor e outros);

III) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*, executáveis em sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas;

IV) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, a capacidade de leitura das peças deverá ser preservada e indicadas suas dimensões originais. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não;

V) Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica sucinta, como parte do caderno, composta da identificação do cliente, título, período de veiculação, distribuição ou exposição, menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou, exibiu ou expôs e outras informações que sejam consideradas

relevantes, seguida de breve descrição do problema de comunicação a que se propôs resolver, de modo que a ficha não ultrapasse o limite de 1 (uma) página por peça publicitária;

VI) Cada peça deve acompanhar documento assinado pelo anunciante responsável, com firma reconhecida, atestando a qualidade do trabalho da licitante na execução do trabalho, o qual deve ter sido realizado nos últimos 3 (três) anos, fixados com base na data de publicação do Aviso de Licitação;

VII) Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

**7.4.5.3 Relato de Soluções de Problemas de Comunicação:** sob a forma de texto e de peças, a licitante deverá observar as seguintes especificações:

I) As informações devem ser apresentadas em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas pelo representante legal da licitante;

II) A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas por ela. Cada relato deverá ter no máximo de 3 (três) páginas com a descrição do problema que se propôs a resolver, contemplando a identificação da licitante e de seu cliente, o título da campanha, o período de produção e de veiculação, exposição e/ou distribuição;

III) Os relatos deverão refletir soluções de problemas de comunicação, planejadas pela licitante e implementadas por seus clientes nos últimos 4 (quatro) anos, fixados com base na data de publicação do Aviso de Licitação;

IV) Cada Relato deverá:

- 1) ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- 2) contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- 3) deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade;



V) A validação dos Relatos pelos respectivos clientes deverá ser feita em documento apartado, que conterà, além do ateste dos relatos, nome empresarial do cliente, nome do signatário, seu cargo/função e assinatura, sendo que o signatário não poderá ter qualquer vínculo profissional com a agência licitante. O referendo deverá ser apresentado em papel timbrado da licitante.

VI) Os documentos e informações referentes ao Relato de Soluções não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope "B";

VII) Para cada Relato, serão aceitas até 5 (cinco) peças e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, sendo que:

1) as peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em *pendrive*, que não poderá conter qualquer indício de identificação da autoria da proposta apócrifa;

2) as peças e/ou material deverão estar acompanhadas da respectiva ficha técnica contendo APENAS: título, data de produção, período de exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo e o período de inserção;

3) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico, em papel A4 ou A3 dobrado, ou serem apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

VIII) Se a licitante apresentar apenas um Relato, sua pontuação máxima será a metade da pontuação máxima prevista para o quesito.

## **8. DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – JULGAMENTO**

**8.1** As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por no mínimo três membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

**8.2** Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a ABDI.

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

**8.4** A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

**8.5** A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos, sendo que serão atribuídos aos quesitos e subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos/Subquesitos		Pontuação máxima por quesito
Plano de Comunicação Publicitária		Até 65
Raciocínio Básico	Até 10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	Até 15	
Ideia Criativa	Até 25	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Até 15	
Capacidade de Atendimento		Até 15
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		Até 10
Repertório		Até 10
<b>Pontuação Máxima Total</b>		<b>100</b>

**8.6** A Subcomissão Técnica, por ato interno da subcomissão, deverá elaborar relatório circunstanciado contendo as pontuações e os fundamentos das pontuações obtidas pelas licitantes.

**8.7** Na apreciação das Propostas Técnicas, os critérios de avaliação subdivididos da seguinte forma:

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitário Subquesito 1 – Raciocínio Básico	Pontuação máxima de cada quesito
Conhecimento sobre a natureza institucional da ABDI, sua missão e seus principais projetos, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária	2
Conhecimento sobre o papel da ABDI nos contextos social, político e econômico	2
Conhecimento sobre a extensão, qualidade e formas de relacionamento da ABDI com seus públicos	3
Compreensão dos desafios e do problema específico de comunicação da ABDI a ser enfrentado	3
<b>Total</b>	<b>10</b>

<b>Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitário</b> <b>Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária</b>	<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>
A adequação da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos à natureza da ABDI e ao desafio específico de comunicação	3
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentadas em defesa do partido temático e da estratégia de comunicação	3
A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da ABDI com seus públicos	3
A exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua relação positiva com o partido temático apresentado e com o posicionamento institucional da ABDI	3
A capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível	3
<b>Total</b>	<b>15</b>

<b>Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitário</b> <b>Subquesito 3 – Ideia Criativa</b>	<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>
Adequação ao desafio específico de comunicação publicitária apresentado pela ABDI	3
A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos da ABDI e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados	3
A abrangência dos segmentos de público ensejada por essas interpretações	3
A originalidade da combinação dos elementos que a constituem	4
A pertinência às atividades da ABDI e a sua inserção na sociedade	3
A exequibilidade das peças	3
A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	3
A capacidade de síntese da estratégia de comunicação	3
<b>Total</b>	<b>25</b>

<b>Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitário</b> <b>Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>	<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>
Conhecimento dos hábitos de comunicação dos segmentos de público prioritários	2

Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos e nas conclusões que embasaram a formulação da estratégia de mídia	2
Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação	2
Economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária simulado na proposta	2
Integração da estratégia de mídia à estratégia de comunicação apresentada	2
A pertinência, a oportunidade e a melhor alternativa demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da ABDI	2
A pertinência, a oportunidade e a melhor alternativa demonstradas no uso da mídia digital para atingir os objetivos de comunicação	3
<b>Total</b>	<b>15</b>

<b>Quesito 2 – Capacidade de Atendimento</b>	<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>
A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias a serem colocados à disposição da ABDI, em Brasília/DF, nos diferentes setores da agência licitante, com especial atenção à estrutura de produção digital	5
A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	4
A operacionalidade do relacionamento entre a ABDI e a licitante, esquematizado na proposta	3
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 colocará regularmente à disposição da ABDI, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	3
<b>Total</b>	<b>15</b>

<b>Quesito 3 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>
Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação	2
A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva de comunicação	2
A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito	2
A capacidade de medir adequadamente os resultados	2

A evidência da adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária	2
Total	10
<b>Quesito 4 – Repertório</b>	<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>
A ideia criativa e sua pertinência ao problema proposto	4
A clareza da exposição das informações prestadas nas fichas técnicas	3
A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material	3
Total	10

**8.8** A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados acima, completando o total de 100 (cem) pontos.

**8.9** A análise dos documentos constantes dos envelopes “A” e “C” pela Subcomissão Técnica ocorrerá em sessão reservada.

**8.10** A nota do quesito corresponderá à nota debatida por todos os membros da Subcomissão Técnica e a pontuação total de cada licitante corresponderá ao somatório das notas de todos os quesitos.

**8.11** As planilhas com as pontuações deliberadas pelos membros da Subcomissão Técnica conterão, respetivamente, as notas acordadas para cada subitem do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações acordadas para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

**8.12** O julgamento das Propostas Técnicas será realizado exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório.

**8.13** Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- I) Não atender às exigências deste Edital e de seus Anexos.
- II) Não alcançar a nota mínima de 60 (sessenta) pontos.
- III) Obter nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos.

**8.14** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base em alguma regra prevista no Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase. Essa regra não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas

neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Envelopes “A”.

**8.15** A Subcomissão Técnica apresentará relatório sucinto e fundamentado de seu trabalho, devidamente assinado por seus integrantes, atribuindo e justificando notas às Propostas Técnicas Apócrifas e à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos devendo, para tanto, numerá-las, a fim de, posteriormente, identificá-las em correspondência com as Propostas Identificadas.

**8.16** A Subcomissão Técnica irá elaborar ata de julgamento e encaminhará à Comissão de Contratação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações, devidamente assinadas por seus integrantes, juntamente com os envelopes e seus conteúdos.

**8.17** As notas inferiores ao valor máximo serão justificadas, não havendo justificativa quando a licitante alcançar pontuação máxima no subquesto. As planilhas com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Subcomissão integrarão a respectiva ata.

**8.18** Se houver empate nas maiores notas finais, obtidas pelo somatório das notas de todos os quesitos, será considerada como de maior pontuação a proposta da licitante dentre as empatadas que, na ordem a seguir, sucessivamente:

- I) Obter a maior nota na soma total do quesito Plano de Comunicação Publicitário;
- II) Obter a maior nota no quesito Capacidade de Atendimento;
- III) Obter a maior nota no quesito Repertório;
- IV) Obter a maior nota no quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- V) Obter a maior nota na Ideia Criativa;
- VI) Obter a maior nota na Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- VII) Obter a maior nota na Estratégia de Comunicação Publicitária
- VIII) Obter a maior nota no Raciocínio Básico; e
- IX) Persistindo o empate, a escolha se fará, obrigatoriamente, por sorteio, em ato público, para o qual todas as licitantes serão convocadas, vedado qualquer outro procedimento.

**8.19** A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão contratante ou de origem, nem da Comissão de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

**8.20** Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

**8.21** Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da



Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão contratante ou de origem, antes da publicação do resultado final do julgamento técnico, pela Comissão de Contratação.

**8.22** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes “A” e “C”), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes para participar da sessão pública seguinte.

## **9. DAS PROPOSTAS DE PREÇOS – APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO**

**9.1** A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III deste Edital e apresentada no Envelope “D” – PROPOSTA DE PREÇOS, em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**9.2** Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do Modelo de Proposta de Preços, que constitui o Anexo III deste Edital, ressalvado que **não serão aceitos:**

I. Percentual de desconto superior a 70% (setenta por cento), a ser concedido à ABDI, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal (Sinapro-DF), relativos a peça e ou a material, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

II. Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

- a) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;
- c) à reimpressão de peças publicitárias. Entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no

conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;

III. Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da agência, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material, cuja distribuição/veiculação não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

IV. Percentual de honorários superior a 20% (vinte por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços prestados pela licitante na intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização dessa distribuição, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

V. Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, cuja execução não proporcione às licitantes o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

**9.3** Os honorários de remuneração de que trata o inciso III do subitem anterior, não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam remunerar devidamente as licitantes pela intermediação, supervisão, monitoramento de performance e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

**9.4** Na gestão dos recursos destinados à distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração da contratada, prevista no inciso III do subitem 9.2, deverá incidir sobre o valor total autorizado para ser aplicado na plataforma, de modo que no montante autorizado já estejam embutidos os honorários.

**9.5** O prazo de validade da Proposta de Preços não deverá ser inferior a 120 (cento

e vinte) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão dessa informação será considerado esse prazo.

**9.6** Caso a sessão de abertura dos envelopes da Proposta de Preços ocorra após o prazo definido no subitem 9.5, a Comissão de Contratação realizará diligência como forma de prorrogar o referido prazo.

**9.7** A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços, ou antes do encerramento do certame, fica liberada dos compromissos assumidos, motivo pelo qual será desclassificada do certame.

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

**9.9** Será desclassificada a Proposta de Preços que não atender as condições estabelecidas no subitem 9.2 deste Edital ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

**9.10** Será considerada a Proposta de menor preço a que contiver, simultaneamente, os menores percentuais de honorários para os incisos II, III, IV e V e o maior percentual de desconto para os incisos I e VI, todos do subitem 9.2 deste Edital.

**9.11** Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação considerará a informação apresentada por extenso.

**9.12** Se as licitantes mais bem classificadas no julgamento técnico não tiverem apresentado a Proposta de menor preço, nos termos estabelecidos no subitem 9.10, a Comissão de Contratação deverá proceder com elas a negociação de que tratam os subitens 5.20 e 5.21.

**9.13** A negociação disposta no subitem anterior, terá como referência os menores percentuais apresentados para os incisos II, III, IV e V e os maiores percentuais de desconto para os incisos I e V, independentemente de estarem na mesma proposta.

**9.14** A licitante que não concordar em negociar sua Proposta de Preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

**9.15** Os preços contidos na Proposta de Preços incluem todos os custos e despesas e outros necessários ao cumprimento integral de objeto deste edital e seus anexos. A falta de tal declaração será considerada como inclusa nos preços toda e qualquer despesa.

**9.16** Quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da Proposta

de Preços ou incorretamente cotados serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo o serviço ser fornecido à ABDI sem ônus adicionais.

**9.17** A apresentação da proposta implicará a plena aceitação, por parte da licitante, das condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

**9.18** Não serão admitidos cancelamentos, retificações de preços ou alterações nas condições estabelecidas, uma vez abertas as propostas. Os erros, equívocos e omissões presentes nas cotações de preços serão de inteira responsabilidade da proponente.

**9.19** Pertencem à ABDI as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de comunicação. O disposto no item não abrange os planos de incentivos concedidos por veículos à licitante.

**9.20** Despesas com deslocamento de profissionais da licitante, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade, salvo eventuais exceções, no exclusivo interesse da ABDI que poderá custear passagem e hospedagem de representantes da licitante contratada, em casos específicos, e com prévia aprovação.

## **10. DA HABILITAÇÃO**

**10.1** Para habilitação nesta Concorrência, a licitante deverá apresentar o ENVELOPE “E” – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, contendo os documentos relativos à Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal, Qualificação Técnica, Qualificação Econômico-Financeira e conforme o disposto a seguir:

### **10.1.1** Habilitação Jurídica:

I) No caso de sociedade empresarial ou empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial da respectiva sede;

II) No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores.

III) No caso de sociedade simples: inscrição do ato constitutivo no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de prova da indicação dos seus administradores;

IV) No caso de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento

no país: decreto de autorização;

V) No caso de microempresa e empresa de pequeno porte, a aferição do respectivo porte deverá se dar por apresentação de documentação hábil, como certidão simplificada da Junta Comercial, balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício ou declaração de Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ);

VI) Documento de identidade e de inscrição no CPF do representante legal.

**10.1.1.1** Os documentos acima deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da respectiva consolidação.

**10.1.1.2** Encaminhar a comprovação do Responsável Legal da empresa, caso tenha sido nomeado em ato separado mediante Termo de Posse que o investiu no cargo.

**10.1.1.3** Se, em razão do credenciamento, o ato constitutivo já tiver sido apresentado, poderá ser aceito/aproveitado para fins de habilitação, desde que atenda às exigências consignadas para tal finalidade, quais sejam, conter todas as alterações (ou consolidação) e estar registrado no órgão competente.

#### **10.1.2** Regularidade Fiscal:

I) Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;

II) Certificado de regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) - CRF, emitida pela Caixa Econômica Federal – CEF;

III) Prova de regularidade com a Fazenda Nacional e Seguridade Social ou certidão unificada com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN Nº 1.751/14;

IV) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual, Municipal ou do Distrito Federal, do domicílio ou sede do Licitante, na forma da lei:

a) O documento requerido neste item das licitantes estabelecidas no Distrito Federal é a Certidão de Débitos, emitida pela Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal - Subsecretaria da Receita, inadmitindo-se qualquer outra.

V) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal ou do Governo do Distrito Federal - GDF (conforme o caso), se houver, relativo ao domicílio ou sede do Licitante, pertinente ao seu

ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

VI) Para fins de comprovação de regularidade fiscal será aceita Certidão Positiva com Efeito de Negativa.

VII) A prova de regularidade da licitante considerada isenta dos tributos municipais, para fins de habilitação na presente licitação, será comprovada mediante a apresentação de declaração da Fazenda Municipal do domicílio ou sede da licitante, ou outra equivalente, na forma da lei.

VIII) A qualificação trabalhista consistirá na apresentação da seguinte documentação:

a) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, comprovada por meio de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou Certidão Positiva de Débitos Trabalhistas com Efeito de Negativa, cujo prazo de validade é de 180 (cento e oitenta) dias, emitida pelo órgão distribuidor competente na sede da pessoa jurídica do participante.

#### **10.1.3 Qualificação Técnica:**

I) Atestado(s)/Certidão(ões)/Declaração(ões) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, em nome da licitante, comprovando que a licitante presta ou já prestou, a contento, serviços compatíveis com o objeto deste edital (serviços especializados em publicidade e propaganda);

a) Para fins de compatibilidade será(ão) considerado(s) o(s) atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) que comprove(m) ter a licitante prestado, no mínimo, de forma concomitante, serviços de criação, execução e produção de campanhas e peças publicitárias.

b) O atestado deverá ser apresentado em papel timbrado do declarante, conter o endereço completo, CNPJ do seu emitente, descrição dos serviços executados, identificação do responsável pela emissão (nome, função e telefone de contato), local e data de emissão.

c) O documento que atesta a capacidade técnica da licitante poderá ser objeto de diligência, a critério da Comissão de Contratação, para verificação de autenticidade de seu conteúdo.

#### **10.1.4 Qualificação Econômico-Financeira:**



I) Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

II) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados, na forma da lei, os quais demonstrem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. O Balanço será avaliado, por meio de obtenção dos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), maiores que um (>1), resultantes da aplicação das fórmulas:

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

$$\text{Solvência Geral} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

a) A licitante que apresentar em seu Balanço resultado igual ou menor do que 1 (um), em quaisquer dos índices referidos no inciso anterior, fica obrigada a comprovar na data de apresentação da documentação, por meio do balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, Capital mínimo ou Patrimônio Líquido mínimo correspondente a 5% (cinco por cento) do valor máximo estimado da contratação.

b) Serão considerados aceitos, como na forma da lei, o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício, por cópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante, devendo as Demonstrações Contábeis, obrigatoriamente, ser assinadas por contador, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade, responsável pela escrituração contábil fiscal, conjuntamente, com o(s) sócio(s) administrador(es).

c) Os índices de que tratam as alíneas "a", "b" e "c" acima serão calculados pela Licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de

Contabilidade.

**10.1.5** Declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme a seguir:

Eu, (nome completo), inscrito no CPF sob n.º ....., representante legal da empresa (razão social), localizada na (endereço completo), inscrita no CNPJ/MF sob n.º ....., DECLARO, sob as penas da Lei, que a referida empresa se encontra em situação regular no Ministério do Trabalho no que se refere à observância do disposto no inc. XXXIII, do art. 7º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

Portanto, não concede trabalho noturno, perigoso ou insalubre aos menores de dezoito e qualquer trabalho aos menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos.

Por ser a expressão da verdade, assino a presente.

Local, data, assinatura e identificação do representante legal da empresa.

**10.1.6** Declaração que não foi declarada inidônea pela Administração Pública e nem por nenhuma entidade do Sistema S e que não está suspensa ou impedida de contratar com a Administração Pública ou outros entes do Sistema S, conforme abaixo:

Eu, (nome completo), inscrito no CPF sob n.º ....., representante legal da empresa (razão social), localizada na (endereço completo), inscrita no CNPJ/MF sob n.º ....., DECLARO, sob as penas da Lei, que a mesma não foi declarada inidônea pela Administração Pública e nem por nenhuma entidade do Sistema S, e nem está suspensa ou impedida de licitar ou contratar com a Administração Pública, entidades do Sistema S e demais entes contratantes, não havendo nenhum fato que desabone sua reputação.

Por ser a expressão da verdade, assino a presente.

Local, data, assinatura e identificação do representante legal da empresa.

**10.1.6.1** Junto à declaração a licitante deve apresentar:

**a)** Certidão Negativa Correccional emitida pela Controladoria Geral da União (CGU) e acessível por meio do endereço eletrônico: <https://certidoes.cgu.gov.br/>;

**b)** Consulta Consolidada emitida pelo Tribunal de Contas da União (TCU) e acessível por meio do endereço eletrônico: <https://certidoes-apf.apps.tcu.gov.br/>

**10.2** O Envelope “E” deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, identificado

externamente. Os documentos exigidos para Habilitação (Envelope “E”) deverão ser entregues numerados sequencialmente e na ordem estabelecida neste Edital, com identificação do item atendido, a fim de permitir maior rapidez durante a conferência e exame correspondente.

**10.3** Durante o curso da licitação, a licitante deverá manter suas condições de habilitação. Se no decurso do tempo de análise das Propostas Técnicas e de Preços alguma certidão tiver sua validade expirada, a Comissão de Contratação, oportunamente, poderá verificar a condição da licitante em fontes oficiais ou fazer diligências junto aos licitantes.

**10.4** Todos os documentos deverão ser emitidos em favor da licitante participante do certame, ou seja, daquele CNPJ que concorrerá no procedimento licitatório.

**10.5** No caso da participação de filial, poderão ser apresentados documentos em nome da matriz, desde que sejam emitidos em nome desta, constando a extensão para as filiais.

**10.6** Os documentos necessários ao credenciamento e a habilitação poderão ser apresentados em original, cópia simples ou publicação em órgão da imprensa oficial.

**10.7** Não serão aceitos protocolos de entrega ou solicitação de documento em substituição aos documentos requeridos no presente edital e seus anexos.

**10.8** Em caso de dúvida quanto às informações contidas nos documentos comprobatórios da regularidade fiscal ou para a sua atualização, a Comissão de Contratação, durante a sessão pública, poderá realizar consulta *online* aos sites dos órgãos responsáveis pela emissão dos documentos.

**10.9** A não apresentação de qualquer documento relacionado nos itens anteriores ou a sua apresentação em desacordo com as condições estipuladas neste Edital implicará a inabilitação da licitante. A inabilitação não ocorrerá em casos de omissões puramente formais, desde que não comprometam a lisura do certame e possam ser sanadas em prazo fixado pela Comissão de Contratação.

**10.10** Os documentos e/ou certidões comprobatórios de regularidade ou de inexistência de débito deverão mencionar prazo de validade, neles consignados, e na falta desta informação, terão validade presumida de 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua emissão.

**10.11** O resultado da habilitação será divulgado na mesma reunião de recebimento dos envelopes, ou, a juízo da Comissão, em data, hora e local a serem informados por aviso publicado no mesmo veículo que publicou o ato convocatório, ou no site da ABDI, endereço <https://www.abdi.com.br/transparencia>.

**10.12** Caso a licitante vencedora do julgamento final das propostas Técnicas e de

Preço seja inabilitada, proceder-se-á à abertura do Envelope “E” contendo a Documentação de Habilitação da licitante classificada seguinte, e assim por sequência, até que uma licitante atenda aos requisitos de habilitação.

**10.13** Os envelopes contendo a documentação relativa à habilitação das licitantes que não tiverem suas propostas classificadas serão restituídos às respectivas licitantes.

## **11. DO JULGAMENTO FINAL**

**11.1** Será declarada vencedora da licitação a licitante que:

- I) Tiver obtido melhor classificação na avaliação da Proposta Técnica;
- II) Tenha apresentado a proposta de menor preço ou concordado em praticar as mesmas condições da proposta de menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas, e que tenha sido habilitada.

## **12. DOS ESCLARECIMENTOS, PROVIDÊNCIAS E DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

**12.1** Qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos relativos a este ato convocatório, devendo encaminhar a(s) solicitações por escrito, à Comissão de Contratação, em até 5 (cinco) dias úteis antes da data fixada para o início da sessão pública.

**12.1.1** Os pedidos de esclarecimentos poderão ser enviados por meio de correio eletrônico: [licitacao@abdi.com.br](mailto:licitacao@abdi.com.br).

**12.2** As razões de impugnação ao Edital deverão ser protocoladas em até 2 (dois) dias úteis, no Protocolo da ABDI, localizado no Edifício Capital Financial Center, SIG, Quadra 4 - Bloco B, Brasília/DF, durante seu horário regular de funcionamento: de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h30 e das 14h às 18h30.

**12.4** Caberá à Comissão de Contratação, decidir sobre a impugnação no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis contadas de seu recebimento.

**12.5** Acolhida a petição contra este ato convocatório, será designada nova data para a realização do certame, se for o caso.

**12.6** Ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a alteração será informada pela Comissão de Contratação por meio de comunicação oficial, publicada na aba Transparência do portal da ABDI ([www.abdi.com.br](http://www.abdi.com.br)).

**12.7** Todas as respostas relativas a eventuais pedidos de esclarecimentos ou

impugnações a este Edital, bem como as decisões referentes aos recursos contra quaisquer atos deste procedimento licitatório serão oportunamente divulgadas, com efeito de comunicação dos atos processuais, por meio eletrônico na internet, na aba Transparência do portal da ABDI ([www.abdi.com.br](http://www.abdi.com.br)).

**12.8** É de inteira responsabilidade da licitante o acompanhamento da publicação de todos os atos e comunicados referentes a esta licitação no endereço eletrônico supracitado.

### **13. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**13.1** Dos resultados da fase de análise das Propostas Técnicas, de Preços e dos documentos de habilitação, caberão recursos fundamentados, dirigidos ao Gerente da Unidade da Comunicação e Marketing (UCM), por intermédio da Comissão de Contratação, por escrito, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação do ato.

**13.2** Os recursos deverão ser protocolados dentro do prazo legal, no horário das 9h às 12h30 e das 14h às 18h30, na sede da ABDI, por meio de apresentação da petição correspondente no Protocolo.

**13.3** Fica vedada a interposição de recurso ou apresentação de contrarrazões por meio distinto ao do previsto neste Edital, sob pena de não conhecimento por irregularidade formal/procedimental. Não será admitida a interposição de recurso ou apresentação de contrarrazões por meio eletrônico.

**13.4** Interposto recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

**13.5** Eventuais recursos poderão ser respondidos/contrarrazoados pelas licitantes interessadas, em prazo idêntico para a interposição do recurso (5 dias úteis), a contar da ciência, cujo protocolo deverá observar os mesmos procedimentos estabelecidos anteriormente.

**13.6** Os recursos serão julgados no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição, pelo Gerente da Unidade de Comunicação e Marketing (UCM), ou, por quem este delegar competência e a divulgação do julgamento se dará por meio de publicação na aba Transparência do portal da ABDI ([www.abdi.com.br](http://www.abdi.com.br)) ou, ainda, por outro meio formal, que atinja sua finalidade.

**13.7** O provimento de recursos pela autoridade competente implicará invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

**13.8** Se após julgados eventuais recursos interpostos houver alteração na classificação das propostas técnicas ou das propostas comerciais ou desclassificação da licitante classificada em primeiro lugar, proceder-se-á à designação de nova

sessão pública para prosseguimento dos ritos descritos neste Edital.

**13.9** Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a ser indicados pela Comissão de Contratação.

**13.10** Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos.

**13.11** Não tendo sido interposto recurso na fase de Habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta Concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

#### **14. DA VIGÊNCIA, VALOR DE CONTRATAÇÃO E ORÇAMENTO**

**14.1** O valor global estimado para gastos com os serviços contratados pelo período de 12 (doze) meses é de R\$ 5 milhões (cinco milhões de reais) anuais.

**14.2** A estimativa de R\$ 5 milhões (cinco milhões de reais) constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a ABDI obrigada a executá-la em sua totalidade, e não cabendo à licitante contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação. A execução contratual se dará sob demanda e estará condicionada à existência de disponibilidade orçamentária, respeitado o exercício financeiro, cujo valor não excederá os créditos orçamentários ou adicionais consignados à Unidade de Comunicação e Marketing (UCM) da ABDI.

**14.3** O contrato poderá ser alterado por meio de termo aditivo, para complementação, acréscimo ao objeto, observado o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do objeto do contrato, ou supressão, e por acordo entre as partes quando superar 25%, quando aplicável, desde que devidamente justificado e autorizado pela autoridade competente da ABDI, e garantindo o equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

**14.4** O contrato terá vigência de 12 meses e, poderá ser prorrogado por igual período até o limite máximo de 60 (sessenta) meses.

**14.5** Na eventual prorrogação, a ABDI renegociará, se necessário, os percentuais de remuneração com a contratada, com base em pesquisa de preços, com a assegurar condições mais vantajosas para a contratante e/ou garantir o equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

**14.6** As despesas decorrentes da futura contratação correrão pela rubrica consignada à Unidade de Comunicação e Marketing (UCM) da ABDI. Na eventual



prorrogação do contrato, o valor correspondente à vigência do aditivo será consignado em orçamento, no respectivo exercício financeiro.

## **15. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

**15.1** A contratação será formalizada mediante a assinatura de Contrato, cuja minuta integra deste Edital (Anexo IV), com a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tenha atendido aos critérios de aceitabilidade dos preços, tenha sido habilitada, e desde que atendidos todos os demais requisitos e formalidades estabelecidos neste edital e seus anexos.

**15.2** A licitante vencedora terá prazo de 10 (dez) dias corridos, contados da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da Minuta que constitui o Anexo IV, e o prazo de 10 (dez) dias corridos, contados da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista na cláusula quinta da referida Minuta.

**15.3** O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado mediante solicitação formal, a juízo da ABDI, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.

**15.4** O não comparecimento injustificado da licitante vencedora para a assinatura do contrato no prazo estabelecido implicará a aplicação de multa prevista no subitem 16.1, alínea “a” deste Edital, reservado à ABDI o direito de, independentemente de qualquer aviso ou notificação, convocar as licitantes remanescentes, para depois de comprovados os requisitos de habilitação, tomar os demais procedimentos para contratação, ou cancelar a licitação. Nesse caso, será observada a classificação final da concorrência.

**15.5** É vedado caucionar ou utilizar o contrato decorrente da presente licitação para qualquer operação financeira, sem prévia e expressa ciência da ABDI.

**15.6** É vedada a subcontratação parcial ou total do objeto a outra agência de propaganda para a execução dos serviços compreendidos no objeto do Edital.

**15.7** Em caso de subcontratação parcial de terceiros que se fizerem necessários, é vedada sua celebração com licitante que tenha participado deste procedimento licitatório.

**15.8** Os valores dos serviços serão aqueles consignados na proposta da licitante contratada e não poderão ser alterados durante todo o período de vigência do contrato, considerando-se inclusive todos os tributos e demais encargos de responsabilidade da contratada.

**15.9** Não haverá incidência de reajuste sobre os valores contratados, considerando a peculiaridade da remuneração da contratada, que constitui em percentagem sobre os

custos dos trabalhos aprovados, nem compensação financeira, salvo a da tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal (Sinapro-DF).

**15.10** Qualquer atualização nos preços de referência da tabela do Sinapro-DF deverá ser comunicada à ABDI e os novos valores da tabela reajustada poderão ser adotados na execução do contrato somente após 15 (quinze) dias do comunicado formal da contratada ao Gestor do Contrato.

**15.11** Os pagamentos serão efetuados à medida que os serviços requisitados forem entregues, mediante apresentação da(s) respectiva(s) nota(s) fiscal(is) de serviço, da(s) Ordem(ns) de Serviço, acompanhados do relatório e da(s) demonstração(ões) do valor devido a fornecedor(es), mediante o cumprimento ou adimplemento de todas as obrigações previstas neste Edital, anexos e respectivo contrato, sem prejuízo das sanções previstas, observando os prazos dispostos no subitem 8 do Termo de Referência (Anexo I) e da Minuta de Contrato (Anexo IV) que compõem este instrumento.

**15.12** As obrigações da contratada e da contratante, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na cláusula sexta da Minuta de Contrato (Anexo IV) deste Edital.

**15.13** A ABDI fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

**15.14** A fiscalização dos serviços será exercida pela Unidade de Comunicação e Marketing (UCM) da ABDI, que informará à contratada todas as ocorrências relacionadas com a execução de seus serviços, determinando o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos observados, em qualquer etapa da execução de serviços.

**15.15** A fiscalização de que trata esta cláusula não excluirá e nem reduzirá a responsabilidade da contratada por danos causados à ABDI ou a terceiros, decorrentes de ato ilícito na execução do contrato, ou por qualquer irregularidade e, na ocorrência desta, não implicará corresponsabilidade da ABDI.

**15.16** A contratada deverá indicar um preposto, aceito pela ABDI, para representá-la administrativamente, sempre que for necessário, durante o período de vigência do contrato.

## **16. DAS PENALIDADES**

**16.1** Será aplicada à licitante vencedora multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre o valor contratual previsto no subitem 14.1 deste Edital, independentemente de outras sanções e penalidades previstas em lei, diante das

seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

**16.2** O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela ABDI, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmados entre as partes.

**16.3** Constituem penalidades:

I) Durante a fase da licitação:

- a) Advertência formal.
- b) Desclassificação da licitante.
- c) Perda do direito à contratação, caso não compareça para assinar o contrato após o decurso do prazo de 10 (dez) dias corridos a partir da convocação, sem apresentação de justificativas motivadas, submetidas à análise e aceitação da ABDI, em despacho fundamentado.
- d) Multa de 1% (um por cento) do preço total estimado da contratação, caso não compareça para assinar o contrato, em até 5 (cinco) dias úteis a partir da convocação, sem apresentação de justificativas motivadas submetidas à análise aceitação da ABDI em despacho fundamentado.
- e) Suspensão temporária do direito de participar em licitação e de contratar com a ABDI, por até 2 (dois) anos.

II) Durante a vigência do contrato, a inexecução total ou parcial injustificada, a execução deficiente, irregular ou inadequada do objeto deste contrato, assim como o descumprimento dos prazos e condições estipulados implicarão, garantida a defesa prévia, a aplicação das penalidades previstas no Contrato (Anexo IV).

**16.2** Para a aplicação das penalidades aqui previstas, a contratada será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da notificação. Não havendo manifestação tempestiva ou não sendo acatadas pela ABDI as justificativas apresentadas, será direito da ABDI aplicar qualquer das penalidades previstas neste instrumento.

**16.3** As penalidades previstas neste Edital são independentes entre si, podendo ser

aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

## **17. DISPOSIÇÕES FINAIS**

**17.1** A simples participação na presente licitação evidência ter a licitante examinado cuidadosamente este Edital e seus anexos, se inteirado de todos os seus detalhes e com eles haver concordado.

**17.2** A ABDI não admitirá declarações posteriores à abertura das propostas de desconhecimento de fatos, no todo ou em parte, que dificultem ou impossibilitem o julgamento das propostas ou a adjudicação à licitante vencedora.

**17.3** É facultada, ao Presidente da Comissão e à Autoridade Superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deverá constar originariamente da proposta.

**17.4** Quaisquer alterações ao Edital, incluindo adiamento da data do recebimento dos envelopes, serão divulgadas por notas informativas e/ou avisos divulgados na internet no portal da ABDI, no endereço <https://www.abdi.com.br/transparencia>.

**17.5** As normas que disciplinam esta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre as proponentes, desde que não comprometam o interesse da ABDI, a finalidade e a segurança da contratação.

**17.6** Os casos omissos deste edital serão resolvidos pela Comissão de Contratação da ABDI, com a aplicação das disposições do Regulamento de Licitações e de Contratos da ABDI.

**17.7** Fica assegurado à ABDI o direito de transferir ou cancelar no todo ou em parte a presente licitação, antes da assinatura do contrato, sem que em decorrência de quaisquer dessas medidas tenham as participantes direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza.

**17.8** As instruções estabelecidas neste Edital de Licitação determinam os procedimentos que orientarão o processo licitatório até a assinatura do respectivo Contrato. Alegações de desconhecimento destas instruções, bem como das disposições legais que norteiam este edital, não serão aceitas como razões válidas para justificar quaisquer erros ou divergências encontradas em seus documentos de habilitação, propostas técnicas e/ou proposta de preços.

**17.7** O foro de Brasília/DF será o competente para dirimir as questões oriundas desta licitação e da relação jurídica dela decorrente.

## **18. ANEXOS**

**18.1** Fazem parte deste edital, como anexos:

Anexo I – Termo de Referência.

Anexo II – Briefing.

Anexo III – Modelo de Proposta de Preços.

Anexo IV – Minuta de Contrato

Anexo V – Referencial de Custos SinaproDF-2021

Brasília (DF), 7 de março de 2022

**Comissão de Contratação**