



AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO



PROJETO BÁSICO

1. DADOS CADASTRAIS

ÓRGÃO/ENTIDADE PROPONENTE: Departamento Estadual de Trânsito do Amazonas – DETRAN/AM

CNPJ: 04.224.028/0001-63

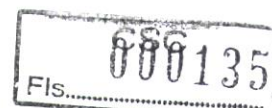
ENDEREÇO: Avenida Mário Ypiranga Monteiro, nº 2.884, bairro: Parque Dez de Novembro, **CEP:** 69.050-030

CIDADE: Manaus **UF:** AM

DDD/FONE: (92) 3642- 0002

NOME DO RESPONSÁVEL: Rodrigo de Sá Barbosa

CARGO: Diretor-Presidente



2. OBJETO

2.1. O objeto da contratação visa à prestação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, para atender às necessidades do **Departamento Estadual de Trânsito do Amazonas**, compreendendo o conjunto de atividades que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral nos termos da Lei n. 12.232, de 29 de abril de 2010.

3. ATIVIDADES COMPLEMENTARES DO OBJETO

3.1 Integram também o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

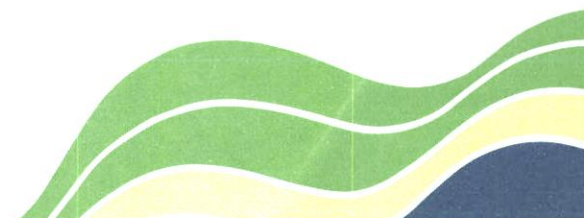
a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos; e

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

3.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

3.1.2 O planejamento, previstos no subitem 2.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO

000136
Fls.



3.1.3 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
- c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

3.2 Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 3.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículos de divulgação.

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

3.3.1 Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

3.3.2 A agência atuará por ordem e conta do **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.3.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nos subitens 2.1 e 3.1 deste Projeto Básico.

4. JUSTIFICATIVA

4.1 O Departamento Estadual de Trânsito do Amazonas tem como função institucional assegurar, de forma articulada e integrada, a execução da Política Nacional de Trânsito no âmbito de sua competência, zelando sempre pelo cumprimento da lei, pela garantia de um trânsito em condições seguras, assim como promovendo cidadania, valorizando e preservando a vida.

4.2 A missão do Órgão Estadual de Trânsito, caracterizada por ações voltadas para a promoção da cidadania, segurança e civilidade no trânsito, com reconhecimento e credibilidade dos usuários e de toda a sociedade, exige a realização de publicidade institucional e de utilidade pública, com foco no respeito aos princípios basilares da atividade publicitária e da propaganda, de modo a aproximar a Entidade a seus usuários, informando-os e captando seus anseios relacionados à prestação dos seus serviços, constituindo uma via de mão dupla que caminha na otimização da sua atuação.

4.3 Ademais, deve se considerar as muitas demandas ao longo do ano, como campanhas educativas, campanhas informativas, agendas locais e nacionais voltadas à promoção e melhoras no atendimento do público





externo que utiliza os serviços do Órgão, assim como ações para a melhoria do trânsito local e, ainda, como tudo recai sobre a Gerências de Comunicação do Órgão que não dispõe de profissionais gabaritados para o escopo da publicidade e propaganda, faz-se necessário a contratação de serviço técnico especializado nessa área.

4.4 Assim, dentro dos princípios que regem a atividade administrativa, de total transparência e legalidade de seus atos, salientamos que as ações de publicidade e comunicação deverão ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social, em respeito ao disposto no art. 37, § 1º, da Constituição Federal, perseguindo a meta de eficiência e racionalidade para melhorar e aplicar os recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

4.5 Deste modo, para atender de forma adequada às necessidades de trânsito, a realização de qualquer ação de publicidade na esfera da Administração Pública deverá obedecer sempre ao princípio constitucional supra apontado e, deste modo, adotar como linha de atuação específica um dos seguintes aspectos nos serviços ofertados, o de publicidade institucional, legal ou de utilidade pública, bem como deve ser respeitado o objetivo de educar, orientar e difundir à população do Estado, quanto às realizações e a execução de programas, projetos e ações promovidos pela Entidade Estadual de Trânsito.

5. DA LEGISLAÇÃO APLICADA

5.1 O **Departamento Estadual de Trânsito do Amazonas – DETRAN/AM** realizará concorrência, do tipo Melhor Técnica, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

5.2 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993, além das demais normas legais e regulamentares aplicáveis à espécie.

6. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

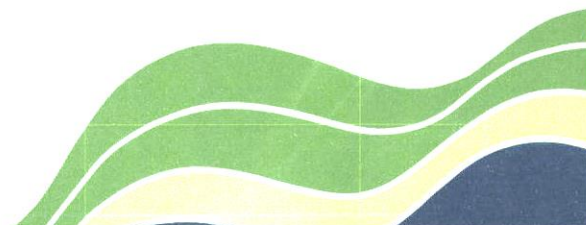
6.1 O valor da contratação decorrente deste Projeto Básico está estimado em R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais), pelos primeiros 12 (doze) meses.

6.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços consta da Lei Orçamentária Anual - LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

6.2.1 Programa orçamentário: 06.131.3264.292 – Publicidade e Propaganda para divulgação de ações e campanhas educativas de trânsito; Fontes de Recurso: 201 e 203.

6.3 O Detran Amazonas se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

6.4 No interesse do Detran Amazonas, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO

000138
Fls.



6.5 Se o Detran Amazonas optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

6.6 Na prorrogação, o Detran Amazonas poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

6.7 O Detran Amazonas poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a Contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

7. PRAZOS DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1 O contrato a ser firmado deverá ter duração inicial de 12 (doze) meses, prorrogáveis nos termos e limites estabelecidos pelo art. 57, II da Lei n. 8.666/93.

8. DA APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA

8.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

8.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'c2' do subitem 8.2.2 deste Projeto Básico;
- espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO

000139
Fls.....



- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 10 pontos, observados os subitens 8.2.1, 8.2.2 e 8.2.3 deste projeto Básico;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

8.2.1 As especificações do subitem 8.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 8.3.3 e à indicação prevista no subitem 8.3.3.3.6 deste Projeto Básico.

8.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

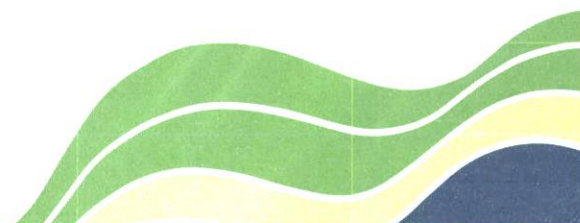
- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 10 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 8.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

8.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

8.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

8.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 8.2 deste Projeto Básico.





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO

000140
Fls.



8.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem da minuta do Edital, Anexo I.

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

8.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

8.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 do Edital, Anexo I.

8.2.8 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

8.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 8.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 8.2, no que couber.

8.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo II), observadas as seguintes orientações:

8.3.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS** e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

8.3.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

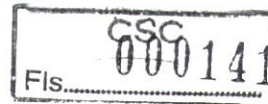
8.3.3 Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO



b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 8.3.3.3 deste Projeto Básico.

8.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 8.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

8.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 8.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

8.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 8.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

8.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 9.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

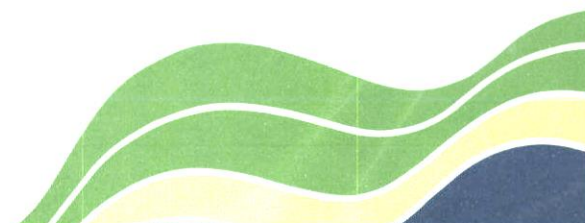
8.3.3.3.2 Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

8.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

8.3.3.3.4 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

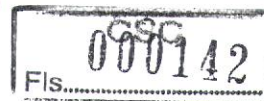
8.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS**, somente a marca do seu fabricante.

8.3.3.3.5 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO



8.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3 deste Projeto Básico, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, *banner* internet).

8.3.3.4 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:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;
- c) 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 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;
- e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;
- f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

8.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 8.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

8.3.4 Subquesto 4 - 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, contemplando:

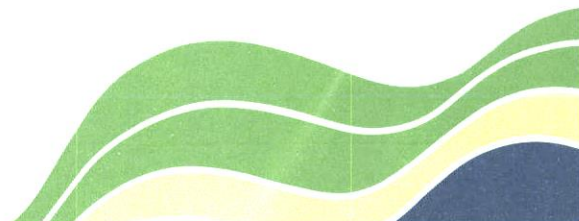
I. estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação do **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS** a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II. tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos 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 por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV. simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

8.3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 8.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO

000443
Fis.....



8.3.4.2 O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.
- h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

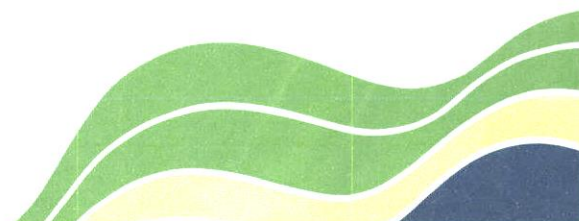
8.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

8.3.4.3.1 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 'a' do subitem 8.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

8.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, com os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

- I - ter a identificação da licitante;
- II - ser datado;
- III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO



8.5 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 8.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

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

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação. O currículo deve ser assinado pelo profissional;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS** para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS**, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

8.7 Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.7.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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





8.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas há, no máximo, 5 (cinco) anos anteriores à publicação do Edital do certame.

8.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7 ou ser apresentadas soltas.

8.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

8.8.1.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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

8.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo Detran Amazonas, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

8.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

8.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.10 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo DETRAN/AM, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

8.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 8.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO

000996
Fls.



8.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 8.10 devem ter sido implementados há, no máximo, 5 (cinco) anos anteriores à publicação do Edital do certame.

8.10.3 É permitida a inclusão de até 02 (duas) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 8.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

8.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 8.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 8.10 para descrição do Relato.

9. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1 A Subcomissão Técnica, prevista no item 13, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico.

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

9.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

9.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Detran Amazonas e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo Detran Amazonas e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

9.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

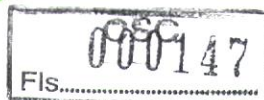
a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Detran Amazonas, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO



- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Detran Amazonas com seus públicos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Detran Amazonas, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

9.2.1.3 Subquesto 3 - Ideia Criativa

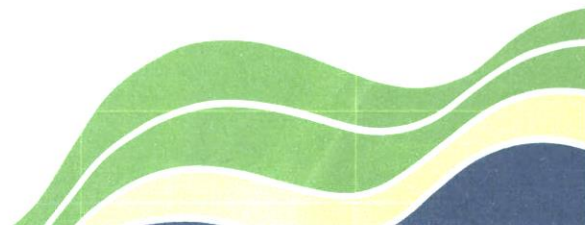
- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Detran Amazonas, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

9.2.1.4 Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Detran Amazonas e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

9.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO



- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Detran Amazonas;
- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Detran Amazonas na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Detran Amazonas e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Detran Amazonas.

9.2.3 Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

9.2.4 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

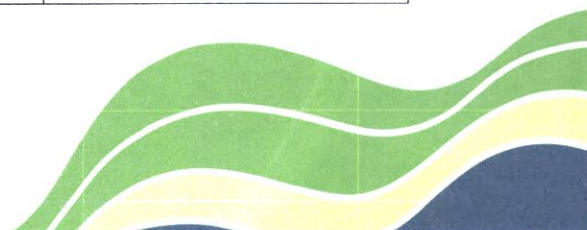
- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

9.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

9.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 11 deste Projeto Básico.

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
SUBQUE	1. Plano de Comunicação Publicitária	70
	I. Raciocínio Básico	10
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25
	III. Ideia Criativa	25
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
2. Capacidade de Atendimento		10





3. Repertório	10
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
PONTUAÇÃO TOTAL	100%

9.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 8.8.1 e 8.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 9.3.2 deste Projeto Básico.

9.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

9.3.4.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

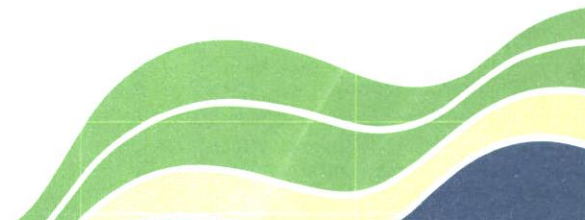
9.3.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.4 Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as duas maiores pontuações, observado o disposto no subitem 9.5 deste Projeto Básico.

9.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:
a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;
c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

9.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Projeto Básico, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 13.4 deste Projeto Básico.

9.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.





AMAZONAS
GOVERNO DO ESTADO

Fls. 000150



9.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pelo **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC**, cuja data será divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

10. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

10.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo IV e apresentada 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.

10.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 10% (dez por cento) e superior a 40% (quarenta por cento), a ser concedido ao Detran Amazonas, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do FENAPRO, referentes a peça e ou 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;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou 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, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato.

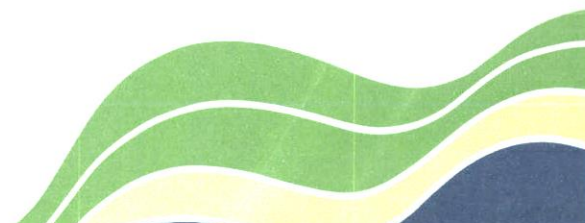
II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 15% (quinze 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, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, 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.

10.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 60(sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

10.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 10.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, o



CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS – CSC realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

10.3.1.1 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 será desclassificada.

11. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

000951
Fls.

11.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico.

11.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

11.3 Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 10.2 deste Projeto Básico.

11.4 Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 11.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

11.5 Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

11.5.1 o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 10.2;

11.5.2 o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 10.2;

11.5.3 o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'c' do subitem 10.2;

11.5.4 o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 10.2.

11.5.5 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, o **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC** considerará o preço por extenso.

12 DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

12.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993, para o tipo Melhor Técnica.

12.2 Se alguma das duas licitantes mais bem classificadas não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no inciso II, § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/93, o **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC** adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame, observada a mesma previsão legal.



12.3 A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

13 DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA



13.1 Esta concorrência será processada e julgada pelo **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC**, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

13.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

13.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o Estado do Amazonas.

13.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 06(seis) integrantes com vínculo com o Estado do Amazonas e 03 (três) sem vínculo com o Estado do Amazonas, previamente cadastrados.

13.3.1 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

13.3.1.1 Para composição da relação prevista no subitem 13.3, o **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC** deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 13.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

13.3.2 A relação dos nomes referidos no subitem 13.3 será publicada no Diário Oficial do Estado do Amazonas, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

13.3.3 O sorteio será processado pelo **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS**, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o Estado do Amazonas, nos termos dos subitens 13.2.1, 13.3 e 13.3.1 deste Projeto Básico.

13.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 13.3, mediante a apresentação à **DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS** de justificativa para a exclusão.

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

13.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.



13.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 13.3 e 13.3.1 deste Projeto Básico.

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

13.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 13.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

13.4 O **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC** e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Projeto Básico busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, *caput*, da Lei 8.666/1993.

13.4.1 Os membros do **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC** e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC
TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, _____, Matrícula nº _____, lotado no _____, integrante do **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC** responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº _____/_____ realizado pelo(a) _____, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas neste **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC**;

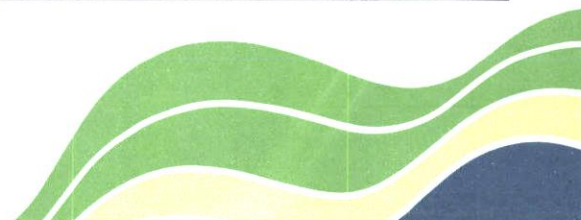
II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições do **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC** que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos no **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC**;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro deste **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC**, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e





VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: _____ de _____ de _____

Fls. 000154

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda é processada e julgada pelo **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC**, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

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/entidade contratante ou de origem, nem do **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC**, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

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.

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/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, _____, Matrícula nº _____, vinculada ao _____, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a) _____, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 8.666/1993, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 12.813/2013 e da Lei nº 8.666/1993, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;



V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;
VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

Data: ____ de ____ de ____.

Fis. 000155

Assinatura

13.4.1.1 Os membros do **CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS - CSC** e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666/1993, no que couber.

14 DA FISCALIZAÇÃO

14.1 O Detran Amazonas nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Sétima da Minuta de Contrato (Anexo V).

15 CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO:

Nº DE PARCELAS	FORMA PAGAMENTO	DE	VALOR PARCELA	VALOR TOTAL
12	MENSAL		R\$	R\$

16 DECLARAÇÃO:

16.1 Declaramos que este Projeto Básico está de acordo com a Lei n.º 8.666/93 e legislação em vigor.

17 ASSINATURA E CARIMBO

Solicitante: 
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO AMAZONAS
Thanny Monja de Gusmão Silva
Matrícula: 211605-78
Assessor de Projetos

Manaus, 22 / 10 / 2020

Autoridade Superior: 
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO
Rocio dos Santos Barbosa
Diretor Presidente

Manaus, 22 / 10 / 2020

