
PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

I. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO – JULGAMENTO FINAL

O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital e a seguir:

II. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

No julgamento das Propostas Técnicas serão adotados os seguintes procedimentos:

1. A Subcomissão Técnica receberá e analisará, o grupo de envelopes contendo as Propostas Técnicas apresentadas pelas **LICITANTES**: os Envelopes 1, relativos ao Plano de Comunicação Publicitária Via não Identificada e os Envelopes 3, relativos ao Conjunto de Informações.

2. A nota de cada licitante, relativa a cada grupo de envelopes, será a soma das notas recebidas em cada subitem abaixo, considerando a seguinte pontuação máxima:

➤ ENVELOPE 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária – 15 pontos
- b) Ideia Criativa - 30 pontos
- c) Estratégia de Mídia e Não Mídia - 15 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS 60 PONTOS

➤ ENVELOPE 3 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

- d) Capacidade de Atendimento – 15 pontos
- e) Portifólio - 15 pontos

TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS 30 PONTOS

2.1. As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a Subcomissão observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

▪ “Estratégia de Comunicação Publicitária”:

a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao Briefing.

b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da GASMIG com seus diversos públicos além d suas possibilidades de execução dentro dos parâmetros estabelecidos no Briefing.

c) A consistência lógica e a clareza na argumentação

▪ “Ideia Criativa”:

a) Sua pertinência às atividades da **GASMIG** e à sua inserção na sociedade.

b) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.

c) A originalidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias.

d) A exequibilidade das peças.

e) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

▪ “Estratégia de Mídia e Não Mídia”:

a) O raciocínio estratégico e tático.

b) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade de analítica demonstrada no exame desses hábitos.

c) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.

d) A pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas.

▪ “Capacidade de Atendimento”:

a) O “currículo” dos principais executivos da PROPONENTE, principalmente nas áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento.

b) As estruturas técnica e operacional da PROPONENTE para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida, principalmente em relação ao quadro de profissionais que será colocado à disposição da GASMIG;

c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a PROPONENTE e as equipes técnicas da GASMIG.

▪ “Portfólio”:

a) a qualidade do trabalho criativo;

b) a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação; e

c) a qualidade de execução dos trabalhos.

2.2. A nota atribuída a determinado quesito será proporcional ao cumprimento de todos os aspectos acima citados para cada um deles;

2.3. Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes deste Edital e seus anexos e, ainda, comparativamente em relação às demais propostas apresentadas, mediante justificativa expressa que aponte as diferenças existentes entre elas, sendo-lhe atribuída nota que variará conforme a seguinte escala:

PÉSSIMO (de 0 a 20% da nota)

RUIM (de 21 a 40% da nota)

REGULAR (de 41 a 60% da nota)

BOM (de 61 a 80% da nota)

MUITO BOM (de 81 a 90% da nota)

ÓTIMO (de 91 a 100% da nota).

3. Para efeito de julgamento pela Subcomissão Técnica, serão classificadas somente as Propostas Técnicas que obtiverem, no mínimo, 70% (setenta por cento) do total de pontos de cada grupo, ou seja, 63 (sessenta e três) pontos no Plano de Comunicação Via não Identificada.

4. Serão desclassificadas as Propostas:

a) Que não contiverem todos os dados exigidos no Edital;

b) Em que as **LICITANTES** não demonstrarem possuir a qualificação, a experiência e a estrutura administrativa e técnica necessárias e adequadas para garantir a realização e conclusão do objeto

licitado, obtendo índice de pontuação inferior ao estabelecido no item 3 acima ou zero em qualquer um dos quesitos.

b.1) Será determinada a pontuação obtida pelos licitantes em cada envelope, por meio do somatório das médias aritméticas das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos.

5. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do envelope 2 – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

6. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e do Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhada à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

7. Após identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária pela Comissão Especial de Licitação, serão desclassificadas as Proponentes que não obtiverem no mínimo, 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3), ou seja, 63 (sessenta e três) pontos.

8. Apuradas as pontuações de cada licitante classificado na Etapa Técnica, será atribuída nota 10 (dez) àquele que houver obtido o maior número de pontos no conjunto da Proposta Técnica, atribuindo-se aos demais, notas diretamente proporcionais à sua classificação, por pontos, em relação àquele que recebeu nota 10 (dez), de acordo com a seguinte fórmula:

$$NPT = 10 \times \frac{Ti}{To}, \text{ onde:}$$

NPT = nota da Proposta Técnica em exame, para efeito de sua classificação;

Ti = pontuação da Proposta Técnica em exame,

To = pontuação da melhor Proposta Técnica.

8.1 No cálculo da Nota será adotada a precisão até a segunda casa após a vírgula e arredondamento para o centésimo superior para valores iguais ou superiores a 0,005

III. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

2. As Propostas de Preços das **LICITANTES** classificadas na fase anterior serão avaliadas e classificadas de acordo com os pontos atribuídos, da seguinte forma:

a) 10 (dez) pontos à Proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção (criação e montagem) das empresas, apurados em relação aos

previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme a seguinte fórmula:

$$\text{NPC} = 10 \times \frac{\text{VNPdP}}{\text{VNMPdP}}, \text{ onde}$$

NPC = Nota da Proposta Comercial;

VNPdP = Valor numérico do percentual de desconto proposto;

VNMPdP = Valor numérico do maior percentual de desconto proposto.

2.1 No cálculo da Nota será adotada a precisão até a segunda casa após a vírgula e arredondamento para o centésimo superior para valores iguais ou superiores a 0,005

3. Com base na análise dos fatores indicados, a Comissão fará a classificação das Propostas de Preços, desclassificando aquelas que:

a) apresentarem desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda;

4. Se todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão poderá fixar para as **LICITANTES** o prazo de 5 (cinco) dias úteis para apresentação de novas propostas, escoimadas das causas que tenham determinado a desclassificação. As novas propostas deverão ser apresentadas em ENVELOPES lacrados, que serão recebidos em sessão pública, observando-se o procedimento de avaliação e julgamento estabelecido nos subitens anteriores.

5. Os critérios de desempate seguirão as normas do Regulamento de Licitação e Contratos da Gasmig.

IV. CLASSIFICAÇÃO FINAL

1. A classificação das **LICITANTES** far-se-á, dessa forma, de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que a Proposta Técnica terá como pontuação máxima 70% (setenta por cento) do total possível de pontos e a Proposta Comercial terá como pontuação máxima 30% (trinta por cento) do total possível de pontos.

1.1. As notas das Propostas Técnicas terão peso 7 (sete) e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (três), sendo classificadas as PROPONENTES, segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$\text{NMP} = \frac{7(\text{NPT}) + 3(\text{NPC})}{10}, \text{ onde:}$$

NMP = nota média ponderada final;

NPT = nota da Proposta Técnica;

NPC = nota da Proposta Comercial

1.2. No cálculo da Nota Média Ponderada Final (NMP), será adotada a precisão até a segunda casa após a vírgula e arredondamento para o centésimo superior para valores iguais ou superiores a 0,005.

1.3. Os critérios de desempate seguirão as normas do Regulamento de Licitação e Contratos da Gasmig.

V. APURAÇÃO DO VENCEDOR

1. Ultrapassado o prazo recursal e adjudicado o objeto, a autoridade competente da GASMIG homologará o processo à **LICITANTE** considerada vencedora.

2. A agência vencedora será aquela que obtiver maior Nota Média Ponderada Final, desde que observado o limite representado pela proposta comercial de maior desconto entre as **LICITANTES** classificadas.