



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

APÊNDICE II – APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS CONCORRÊNCIA Nº 01/2023 - PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 10681/2021

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Digital	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Digital
	III. Solução de Comunicação Digital
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital	

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

1.2. **Quesito 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL - VIA NÃO IDENTIFICADA:** para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 g/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m², orientação retrato;
- d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- 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 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;
- 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.

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.

1.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Digital 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



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

tamanho de 08 a 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c.1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c.2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Plano de Implementação poderão:

I - Ser editados em cores;

II - Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;

III - Ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - Ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

1.2.4. Os exemplos de ações e/ou peças integrantes do subquesto Solução de Comunicação Digital deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 2, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' do subitem 12.1.1.2 do Edital.

1.2.5. O Plano de Comunicação Digital – 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 3.

1.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Digital e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

1.2.7. Os textos do Plano de Implementação não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 12.1.1.2 e no subitem 18.2.1 do Edital.

1.2.8. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Digital e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3. A licitante deverá apresentar o **PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL – VIA NÃO IDENTIFICADA** com base no *Briefing* (Apêndice II-A), observadas as seguintes disposições:

1.3.1. Subquesto 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas;



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

1.3.2. Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, compreendendo:

a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital.

b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagueamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.

1.3.3. Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital – apresentação das ações e/ou peças de comunicação digital de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com o detalhamento de cada uma;

b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1. O detalhamento mencionado na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou peça de comunicação digital, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.3.3.2. Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou peças de comunicação digital superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3. Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiros, *storyboards* e leiautes impressos;

b) *storyboards* animados ou *animatics*;

c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

1.3.3.3.1. Os *storyboards* e os leiautes impressos devem preservar a capacidade de leitura das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 1.2.4.

1.3.3.3.2. No *storyboard* animado ou no *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

1.3.3.3.3. Nos 'monstros' ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou peça de comunicação digital, como navegabilidade, funcionalidade, imagens em movimento, trilha sonora, voz de personagens e locução.

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

1.3.3.3.4.1. 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 anunciante, somente a marca do seu fabricante.

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

1.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou peça de comunicação digital.

1.3.3.4. Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação digital que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos;
- b) uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única;
- c) uma *landpage* e todas as suas páginas serão considerados 01 (um) exemplo;
- d) um vídeo e uma *landpage* que o hospeda serão considerados 02 (dois) exemplos;
- e) um post e a *landpage* por ele direcionada serão considerados 02 (dois) exemplos.

1.3.4. Subquesto 4 – Plano de Implementação – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital constantes de sua proposta, contemplando:

- a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos;
- b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.

1.3.4.1. As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

- a) na verba referencial para investimento, estabelecida no Briefing do Apêndice II-A;



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

b) nos valores cheios previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Apêndice I;

1.3.4.2. Todas as ações e/ou peças de comunicação digital que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

1.4. O PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL – VIA IDENTIFICADA deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou peças da Solução de Comunicação Digital, 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.

1.5. Quesito 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, 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.

1.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 1.5 **não** poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

1.5.2. 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, para os quais desenvolveu soluções de comunicação digital, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a 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.

c) infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição do CONTRATANTE.

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o CONTRATANTE.

1.6. Quesito 3 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou peças de comunicação digital que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, 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.

1.6.1. Os documentos, as informações e as ações e/ou peças dos relatos mencionados no



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.6.2. A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação digital 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 de comunicação digital solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;

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

1.6.2.1. 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 1.6.2. 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.

1.6.2.2. Os Relatos de Soluções de Comunicação Digital, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2019.

1.6.2.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) ações e/ou peças de comunicação digital, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

I – Na versão digital: deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

II – Na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, 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 dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada ação e/ou peça de comunicação digital, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1. As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice.

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

2.2.1. QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

2.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pela CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

2.2.1.2. Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Digital

- a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades da CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos;
- c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*
- d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados;
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no *Briefing*.

2.2.1.3. Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital

- a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta;
- b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo;
- d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam;
- e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;
- g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.

2.2.1.4. Subquesto 4 – Plano de Implementação

- a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing;

b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta;

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.

2.2.2. QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do CONTRATANTE;

c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante.

2.2.3. QUESITO 3 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato;

b) a demonstração de que a solução de comunicação digital 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) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;

e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

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

2.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Apêndice.

2.3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.	Plano de Comunicação Digital	70%
1.1.	I. Raciocínio Básico	10%



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
	II. Estratégia de Comunicação Digital	20%
	III. Solução de Comunicação Digital	20%
	IV. Plano de Implementação	20%
2. Capacidade de Atendimento		20%
- Relação dos principais clientes <recomendamos estabelecer escala de pontuação condizente com o perfil de atuação do contratante, vide exemplo ora apresentado>		Presença de clientes integrantes do poder público – 5%
		Presença de clientes com atuação estadual e/ou nacional – 4%
		Apenas clientes com atuação regional/local – 1%
- Quantificação e qualificação dos profissionais <recomendamos estabelecer escala de pontuação condizente com as necessidades do contratante, vide exemplo ora apresentado>		Mais de 3 profissionais com pós graduação – 3%
		Até 3 profissionais com pós graduação – 1%
		Presença de profissionais com experiência superior a 5 anos – 3%
		Presença de profissionais com experiência de até 5 anos – 1%
- Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição da Contratante <recomendamos estabelecer escala de pontuação condizente com as necessidades do contratante, vide exemplo ora apresentado>		Atende – 2,5%
		Atende parcialmente – 1%
		Não atende – 0%
Sistemática operacional de atendimento <recomendamos estabelecer escala de pontuação condizente com as necessidades do contratante, vide exemplo ora apresentado>		Atende – 2,5%
		Atende parcialmente – 1%
		Não atende – 0%
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital		10%
PONTUAÇÃO TOTAL		100%

2.3.2.1. Se a licitante não observar a quantidade estabelecida no subitem 1.6.2 deste Apêndice para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Digital, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista no subitem 2.3.2.

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

2.3.4. 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 no Edital.

2.3.4.1. 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



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

2.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Digital; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

2.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 2.5 deste Apêndice.

2.5. 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 Digital – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;
- b)** não alcançar, no total, 75% (setenta e cinco por cento) pontos;
- c)** obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

2.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Digital, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

2.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em sessão ou ato público, com data previamente divulgada e participação de todas as licitantes.