



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025/CVMV

CARTILHA

Informações e orientações para o trabalho a ser desenvolvido pela
Subcomissão Técnica



CÂMARA MUNICIPAL DE VILHENA

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 084/2025

Comissão Especial de Licitação

Portaria Nº 80/2025



Poder Legislativo
Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

SUMÁRIO

1. INFORMAÇÕES GERAIS	2
2. ANÁLISE DO INVÓLUCRO Nº1	3
3. ANÁLISE DO INVÓLUCRO Nº3	5
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	7



Poder Legislativo
Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

CARTILHA

Informações e orientações para o trabalho a ser desenvolvido pela Subcomissão Técnica

1. INFORMAÇÕES GERAIS

1.1 O processo licitatório inicia-se com a apresentação, pelas licitante, de 4 (quatro) invólucros:

- ✓ **Invólucro 1** Proposta Técnica: via **não** identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
- ✓ **Invólucro 2** Proposta Técnica: via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
- ✓ **Invólucro 3** Proposta Técnica: Conjunto de Informações da Licitante;
- ✓ **Invólucro 4** Proposta de Preço;

1.2 Caberá à Subcomissão Técnica, observadas as regras prevista nesta cartilha e no Projeto Básico do edital, analisar somente os conteúdo dos invólucros 1 e 3.

1.3 Para garantir a plena isenção dos componentes da Subcomissão Técnica, os mesmo são proibido, por lei, de participar das reuniões realizada pele Comissão Especial Temporária a qual recebe e realiza a abertura dos invólucros com as propostas técnica e de preços.

1.4 Também **não é permitido** o contato, quem venha prejudicar os trabalhos deste processo, entre os membros da Subcomissão Técnica e as licitantes até a fase final de julgamento das propostas técnicas e de preços, de forma a preservar a plena isenção nos trabalhos a serem desenvolvido pela Subcomissão Técnica.

1.5 A Subcomissão Técnica **deverá** proceder à análise dos invólucros 1 e 3 de cada licitante em reuniões específicas, em local reservado pela Comissão Especial Temporária.

1.6 Em todos os dias de reunião para análise das proposta técnicas, a Subcomissão Técnica somente poderá iniciar, realizar e concluir os trabalhos com a totalidade de seus membros.

1.7 O sigilo do conteúdo das propostas técnicas e a fiscalização, dentro do local da reunião, cabe a cada um dos membros da Subcomissão Técnica, individualmente, sendo proibido fotografar ou tirar cópias das citadas propostas. Os documentos somente poderão ser levados para o local da reunião (ou dele retirados) pela equipe de apoio e/ou a Comissão Especial Temporária.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

1.8 A equipe de apoio da Comissão Especial Temporária levará para o local de realização da reunião os invólucros **Nº1** (um a um) e, posteriormente, os invólucros **Nº3** (também um a um), à medida que forem sendo solicitado pela Subcomissão Técnica. Havendo necessidade de equipamento de mídia para análise das propostas técnicas, os mesmos serão providenciados pela equipe de apoio da Comissão Especial Temporária.

2 ANÁLISE DOS INVÓLUCROS Nº1

2.1 A Subcomissão Técnica deverá analisar um invólucro por vez, somente abrindo o segundo após concluir a análise do primeiro e devolvê-lo à equipe de apoio da Comissão Especial Temporária.

2.2 Após abrir cada **invólucro Nº1**, a Subcomissão Técnica **deverá**, preliminarmente, verificar se o conteúdo respectivo contém informação, marcas, sinais, etiqueta, palavras ou qualquer outro elemento que permita identificar a licitante autora do Plano de Comunicação Publicitária.

2.3 Em se detectando a existência de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que permita identificar a licitante respectiva, a Subcomissão Técnica **deverá** lavrar termo em que aponte expressamente que informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou elemento é esse e qual a licitante que entenda ser a sua proponente.

2.4 A detecção de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que permita identificar a licitante respectiva implicará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** e a não análise de sua proposta técnica.

2.5 Terminada a **verificação preliminar** de que trata o **subitem 2.2** desta cartilha e não tendo havido a identificação de autoria de que tratam os **subitens 2.3 e 2.4** também desta mesma cartilha, a Subcomissão Técnica procederá à análise do conteúdo do **invólucro Nº1**.

2.6 O Plano de Comunicação Publicitária inserido no **invólucro Nº1** (via não identificada) corresponde a uma campanha publicitária simulada que teve com referência o tema **“VOCÊ APONTA A DEMANDA E CÂMARA VAI ATRÁS DA SOLUÇÃO”** desenvolvida pela licitante de acordo com as regras indicadas no briefing constante do Anexo “A” do Projeto Básico do edital.

2.7 A análise do conteúdo do **invólucro Nº1** se fará com a verificação de que a licitante cumpriu todas as exigências previstas para a apresentação do Plano de Comunicação Publicitária e com a concessão de notas para cada item desse Plano, conforme regras estabelecidas no Projeto Básico do edital, devendo cada componente da Subcomissão Técnica emitir suas próprias notas (com **até duas casas decimais**).



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

2.8 A inobservância pela licitante das formalidades definida no Projeto Básico do edital para a apresentação do Plano de Comunicação Publicitária implicará a **DECLASSIFICAÇÃO** de sua proposta.

2.9 Se houver desclassificação de alguma proposta técnica do **invólucro N°1** por descumprimento de disposições do Projeto Básico do edital, ainda assim será atribuída pontuação aos itens de seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucros fechado e rubricado no fecho pelo membro da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, observada, todavia, a ressalva prevista no **subitem 4.3** desta Cartilha.

2.10 Após a concessão de nota a todos os itens do quesito por cada um dos membros da Subcomissão Técnica, esta procederá ao cálculo da média aritmética simples de cada item daquele quesito (com até **duas casas decimais**, sem arredondamento), cuja soma corresponderá a Pontuação Final do mesmo quesito.

2.11 As notas deverão ser concedidas considerando o juízo de cada componente da Subcomissão Técnica quanto á capacitação técnica de cada licitante para o perfeito cumprimento do objeto da licitação, observado os parâmetros previsto no Projeto Básico do edital.

2.12 Os **Anexos “B” e “C”** do Projeto Básico do edital estabelecem os parâmetros para avaliação dos conteúdos do **invólucro N°1**.

2.13 Observados os parâmetros dos supracitados Anexos, cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos (com até **duas casas decimais**) para cada um dos itens dos quesitos relativos ao invólucro N°1. segundo critério técnico, considerando a pontuação máxima prevista no **Anexo “C”** do Projeto Básico do edital para cada item.

2.14 A **Pontuação Final do Quesito**, a ser calculada pela Subcomissão Técnica, corresponderá à soma da **média aritmética simples** dos pontos por cada membro da Subcomissão Técnica para cada item daquele mesmo quesito (com até **duas** casas decimais, sem arredondamento).



Poder Legislativo
Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

INVÓLUCRO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

CAMPANHA:

QUESITO	DESCRIÇÃO DOS ITENS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ITEM	PONTUAÇÃO DOS ITENS			MÉDIAS DOS PONTOS DADAS PARA CADA ITEM
			MEMBRO	MEMBRO	MEMBRO	
			1	2	3	
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) - das características da CVMV e das atividades que sejam significativas para a sua comunicação publicitária:	0 a 5 Pontos				0,00
	b) - da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CVMV com os seus públicos:	0 a 5 Pontos				0,00
	c) - do papel da CVMV no atual contexto social, político e econômico:	0 a 5 Pontos				0,00
	d) - da linha específica de comunicação a ser adotada pela CVMV, na visão da Agência:	0 a 5 Pontos				0,00
	Soma da Pontuação do quesito dada por cada membro (ver 20%)		0,00	0,00	0,00	
	PONTUAÇÃO DO QUSITO 01 (SOMA DAS MÉDIAS DOS PONTOS PARA CADA ITEM)					0,00
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	a) - da adequação do partido temático e o conceito propostos à natureza e à qualificação da CVMV e ao seu problema específico de comunicação:	0 a 5 Pontos				0,00
	b) - da consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa:	0 a 5 Pontos				0,00
	c) - da riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da CVMV com seus públicos:	0 a 5 Pontos				0,00
	Pontuação do quesito dada por cada membro (ver 20%)		0,00	0,00	0,00	
	PONTUAÇÃO DO QUSITO 02 (SOMA DAS MÉDIAS DOS PONTOS PARA CADA ITEM)					0,00
IDEIA CRIATIVA	a) -sua adequação à comunicação da CVMV:	0 a 4 Pontos				0,00
	b) - a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta:	0 a 3 Pontos				0,00
	c) - a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações:	0 a 3 Pontos				0,00
	d) - a originalidade da combinação dos elementos que a constituem:	0 a 3 Pontos				0,00
	e) - a simplicidade da forma sob a qual se apresenta:	0 a 3 Pontos				0,00
	f) - sua pertinência às atividades da CVMV e a sua inserção na sociedade:	0 a 3 Pontos				0,00
	g) - os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou material apresentados:	0 a 3 Pontos				0,00
	h) - a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos:	0 a 3 Pontos				0,00
	Pontuação do quesito dada por cada membro (ver 20%)		0,00	0,00	0,00	
	PONTUAÇÃO DO QUSITO 03 (SOMA DAS MÉDIAS DOS PONTOS PARA CADA ITEM)					0,00
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	a) - conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos do público prioritários:	0 a 4 Pontos				0,00
	b) -capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos:	0 a 4 Pontos				0,00
	c) - consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores:	0 a 4 Pontos				0,00
	d) - economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças:	0 a 4 Pontos				0,00
	e) - criatividade na proposição de peças de mídia e não mídia:	0 a 4 Pontos				0,00
	Pontuação do quesito dada por cada membro (ver 20%)		0,00	0,00	0,00	
	PONTUAÇÃO DO QUSITO 04 (SOMA DAS MÉDIAS DOS PONTOS PARA CADA ITEM)					0,00

PONTUAÇÃO INFERIOR A 20%

PONTUAÇÃO INFERIOR A 20%

PONTUAÇÃO INFERIOR A 20%

PONTUAÇÃO INFERIOR A 20%

Vilhena RO, xx de setembro de 2025.

Membro 01

Membro 02

Membro 03



Poder Legislativo
Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

3 ANÁLISE DOS INVÓLUCROS Nº3

3.1 Terminada a avaliação do conteúdo de todos os **invólucros Nº1**, a Subcomissão Técnica passará à avaliação dos **invólucros Nº3** (Conjunto de Informações da Licitantes).

3.2 A Subcomissão Técnica deverá avaliar um **invólucro Nº3** por vez, somente abrindo o segundo deles após concluir a análise do primeiro.

3.3 Após abrir cada invólucros Nº3, a Subcomissão Técnica deverá, preliminarmente, verificar:

a) Se os documentos nele acondicionados contêm a identificação da licitante e se estão assinados na última folha e rubricado nas demais, bem como se foram cumpridas as demais formalidade prevista no **ANEXO “B”** do Projeto Básico do edital para a apresentação dos documentos relativos ao **Conjunto de Informações da Licitante**;

b) Se o **invólucro Nº3** ou os documentos neles acondicionados cotem informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada - e que permita identificar a autoria desse plano antes da abertura do **invólucro Nº2**.

3.4 Em se detectando a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento no conteúdo do **invólucro Nº3** similar a outro constante da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, permitindo a identificação da licitante respectiva, a Subcomissão Técnica deverá lavrar termo em que aponte expressamente que informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou elemento é esse.

3.5 A falta de identificação dos documentos constantes do **invólucro Nº3**, a inobservância das formalidades para a sua apresentação ou a detecção de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento nesses documentos similar a outro constante do Plano de Comunicação Publicitária que permita identificar a licitante autora do Plano implicará a DESCLASSIFICAÇÃO da proposta, observado, entretanto, o disposto no **subitem 3.9** desta Cartilha.

3.6 Terminada a verificação preliminar de que trata o **subitem 3.3** desta Cartilha, e não tendo havido a identificação de autoria de que tratam os **subitem 3.4** e **3.5** também desta mesma Cartilha, a Subcomissão Técnica procederá à análise do conteúdo do **invólucro Nº3**.

3.7 A análise do conteúdo do **invólucro Nº3** se fará com a verificação de que foram cumprida todas as exigências previstas para a apresentação do Conjunto de Informação da Licitante e com a concessão de notas para cada item desse invólucro, conforme regras



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

estabelecidas no Projeto Básico do edital, devendo cada componente da Subcomissão Técnica emitir suas próprias notas (com até **duas** casa decimais).

3.8 A inobservância pela licitante das formalidades definidas no Projeto Básico do edital para a apresentação do Conjunto de Informação da Licitante implicará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** de sua proposta.

3.9 Se houver desclassificação de alguma proposta técnica do **invólucro N°3** por descumprimento de disposição do Projeto Básico do edital, ainda assim será atribuída pontuação aos itens de seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucros fechados e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recurso relativos a essa fase da licitação, observada, todavia, a ressalva prevista no **subitem 4.3** desta Cartilha.

3.10 Após a concessão de nota a todos os itens do quesito por cada um dos membros da Subcomissão Técnica, esta procederá a cálculo da **média aritmética simples** de cada item daquele quesito (com até **duas** casa decimais, sem arredondamento), cuja soma corresponderá a Pontuação final do mesmo quesito.

3.11 As notas deverão ser concedidas considerando o juízo de cada membro da Subcomissão Técnica quanto à capacitação técnica de cada licitante para o perfeito cumprimento do objeto da licitação, observados os parâmetros previsto no Projeto Básico do edital.

3.12 Os **ANEXOS “B” e “C”** do Projeto Básico do edital estabelecem os parâmetros para avaliação do conteúdo do **invólucro N°3**.

3.13 Observado os parâmetros dos supracitados Anexos, cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos (com até **duas** casas decimais) para cada um dos itens dos quesitos relativos ao **invólucro N°3** segundo critério técnicos, considerando a pontuação máxima prevista no **ANEXO “C”** do Projeto Básico do edital para cada item.

3.14 A Pontuação Final do quesito, a ser calculada pela Subcomissão Técnica, corresponderá à soma da média aritmética simples dos pontos dados por cada membro da Subcomissão para cada item daquele mesmo quesito (com até **duas** casa decimais, sem arredondamento).



Poder Legislativo
Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

INVÓLUCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE

LICITANTE:

QUESITO	DESCRIÇÃO DOS ITENS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DO ITEM	PONTUAÇÃO DOS ITENS			MÉDIAS DOS PONTOS DADAS PARA CADA ITEM
			MEMBRO	MEMBRO	MEMBRO	
			1	2	3	
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) -a pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos indicados na proposta às necessidades da CVMV:	0 a 4 Pontos				0,00
	b) -as informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da CVMV, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato:	0 a 4 Pontos				0,00
	c) - a operacionalidade do relacionamento entre a CVMV e a Agência, esquematizado na proposta:	0 a 2 Pontos				0,00
	Pontuação do quesito dada por cada membro (ver 20%)		0,00	0,00	0,00	
	PONTUAÇÃO DO QUSITO 05 (SOMA DAS MÉDIAS DOS PONTOS PARA CADA ITEM)					0,00
REPERTÓRIO	a) - a ideia criativa e sua pertinência:	0 a 2 Pontos				0,00
	b) - clareza da exposição:	0 a 2 Pontos				0,00
	c) - qualidade de execução e acabamento:	0 a 1 Pontos				0,00
	Pontuação do quesito dada por cada membro (ver 20%)		0	0	0	
	PONTUAÇÃO DO QUSITO 06 (SOMA DAS MÉDIAS DOS PONTOS PARA CADA ITEM)					0,00
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - CASES	a) - a concatenação lógica da exposição:	0 a 2 Pontos				0,00
	b) - a evidência de planejamento publicitário:	0 a 1 Pontos				0,00
	c) - a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução:	0 a 1 Pontos				0,00
	d) - a relevância dos resultados apresentados:	0 a 1 Pontos				0,00
	Pontuação do quesito dada por cada membro (ver 20%)		0,00	0,00	0,00	
	PONTUAÇÃO DO QUSITO 07 (SOMA DAS MÉDIAS DOS PONTOS PARA CADA ITEM)					0,00

PONTUAÇÃO INFERIOR A 20%

PONTUAÇÃO INFERIOR A 20%

PONTUAÇÃO INFERIOR A 20%

Vilhena RO, xx de setembro de 2025.

Membro 01

Membro 02

Membro 03



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

4.1 A Subcomissão Técnica **reavaliará** a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação dada por seus membros for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação total máxima daquele quesito, como o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos nos **Anexos “B” e “C”** do Projeto Básico do edital.

4.2 No caso do **subitem 4.1** desta cartilha, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, 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 reavaliado, que será assinada por todos membros da Subcomissão e passará a compor o processo licitatório.

4.3 Se houver desclassificação de alguma técnica por descumprimento de disposições do edital do certame, ainda assim será atribuída pontuação aos seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucros fechado e rubricado no fecho pelo membro da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, não se aplicando esta determinação, todavia, nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da proponente antes da abertura do **invólucro N°2** (via identificada do Plano de Comunicação Publicitária).

4.4 A Subcomissão Técnica concluirá seus trabalhos com a elaboração de ata de julgamento e a encaminhará (devidamente assinada por todos os seus componentes) à Comissão Especial Temporária, juntamente com as planilhas indicando as pontuações obtidas e a **justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.**

4.5 Integram esta Cartilha, para todos os fins, como se aqui estivessem transcritos, os seguintes Anexos:

- a) - ANEXO “A” – *Briefing*;
- b) - ANEXO “B” - Orientações e Exigências Relativas à Proposta Técnica e de Preços;
- c) - ANEXO “C” - Critérios de julgamento das propostas.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

ANEXO A

Briefing

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Este **'briefing'** destina-se, especificamente, às **AGÊNCIAS de publicidade e propaganda** que cumpram os requisitos necessários e que participarão do processo de licitação da Câmara de Vereadores do Município de Vilhena - CVMV e consequentemente, da eventual execução contratual na prestação de serviços de publicidade e propaganda.

Apresentamos este **'briefing'**, de forma clara, transparente e isonômica às empresas **LICITANTES**, pautado e de acordo com o que determina o inciso II do artigo 6º da Lei Federal nº 12.232/2010.

1. SITUAÇÃO GERAL

Dentro dos princípios que regem a atividade legislativa, de total transparência e legalidade de seus atos, salientamos que as ações de publicidade deverão ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social, em respeito ao disposto no parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição Federal de 05/10/1988, perseguindo a meta de eficiência e racionalidade para melhorar e aplicar os recursos, com especial e sistemática avaliação dos resultados.

Desta forma, para atender de modo adequado às necessidades da administração pública, a publicidade deve obedecer sempre ao Princípio Constitucional supra apontado e adotar como linha de atuação específica um dos seguintes aspectos nos serviços ofertados: de publicidade legal; de utilidade pública e institucional: documentação, informações e serviços à comunidade; de modernização do serviço público; comunicação relevante e de defesa da cidadania; de projetos de mobilização social, divulgação de ações e projetos especiais de interesse público.

No desempenho de suas atribuições, a Câmara de Vereadores do Município de Vilhena - CVMV, através de seus parlamentares, atua em duas instâncias, a saber: No Plenário e nas diversas Comissões Temáticas. No Plenário são discutidos e votados projetos de leis, propostas de Emenda à Lei Orgânica do Município e outras proposições que constituirão no ordenado jurídico municipal. Nas Comissões Temáticas os vereadores discutem, entre si, com a participação de diversas outras entidades representativas da sociedade e dos próprios



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

cidadãos, assuntos relacionados ao âmbito local e aos serviços públicos municipais postos à disposição da comunidade.

A fim de melhorar a interação do Poder Legislativo com o público em geral, a Câmara Municipal disponibiliza meios para que a população possa participar das decisões políticas, que afetam a vida dos munícipes. Podemos citar os mecanismos de participação na elaboração do orçamento municipal, os serviços da Ouvidoria, as ferramentas de cidadania digital, a interação direta com o vereador, e as visitas guiadas ao Parlamento Municipal.

Logo, o cidadão pode e deveria a cada dias mais participar ativamente dos debates sobre os assuntos públicos.

Contudo a participação ainda não é significativamente representativa, muito em parte em razão da “invisibilidade” da Câmara de Vereadores do Município de Vilhena - CVMV frente aos cidadãos de Vilhena sendo necessário que a atuação do Poder Legislativo Municipal seja melhor apresentada à sociedade.

Assim, é imprescindível que haja uma política de apresentação institucional à sociedade, de forma a conscientizar o povo acerca da existência e importância desta Casa Legislativa como instância de decisão e de reflexão sobre os interesses da cidade.

2. DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO

O principal desafio a ser atingido é tornar a comunicação entre o órgão municipal e a comunidade vilhenense mais eficiente. Para isso, entende-se necessário tornar mais acessíveis as informações de interesse público através de diferentes meios de comunicação, com linguagem acessível, levando em consideração também as diferentes faixas etárias e composição socioeconômica do cidadão de Vilhena. Dessa forma, busca-se ampliar o espaço de comunicação, fortalecendo o debate de políticas públicas e aumentando a transparência, essenciais para o bom andamento do serviço público.

Nesse cenário, o problema de comunicação que se transfere às agências de publicidade é convidar o cidadão a assumir o protagonismo na vida política através da participação ativa nas várias oportunidades oferecidas por esta Casa Legislativa, conscientizando-o sobre a importância da participação ativa nas políticas públicas.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

3 OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

A gestão da Câmara de Vereadores do Município de Vilhena - CVMV está aberta ao diálogo e não mede esforços para fazer valer a transparência nas relações com os cidadãos. Pretende-se desenvolver uma campanha de prestação de contas e de incentivo à participação da população específica nesse sentido, dentro dos limites impostos pela redação do parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição Federal.

3.1 OBJETIVO GERAL

Estimular a participação da sociedade nos debates e na formulação de políticas públicas; divulgar os direitos do cidadão e serviços à sua disposição, dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas da Câmara de Vereadores do Município de Vilhena - CVMV, visando aproximar os munícipes vilhenenses do Poder Legislativo.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Buscar trazer ao conhecimento da população a existência e pleno acesso às informações contidas no Portal da Transparência, com vistas a ampliar o poder de controle e fiscalização dos munícipes sobre as ações realizadas pela Câmara de Vereadores do Município de Vilhena - CVMV.
- ✓ Buscar informar o cidadão sobre as atividades do Poder Legislativo, bem como o papel do vereador e a importância da participação popular nas decisões da cidade, reforçando o exercício da democracia.
- ✓ Buscar a participação popular nas atividades legislativas, uma vez que as decisões tomadas acerca da gestão, do desenvolvimento local, das políticas afirmativas e de direitos, entre outros temas, são fundamentais para a vida de todos.
- ✓ Dar ciência ao cidadão sobre a existência de um canal de comunicação entre o público externo e a Câmara Municipal de Vilhena, na qual serve como instrumento de mudança, inclusão e controle social.
- ✓ Exibir à sociedade vilhenense a Câmara Municipal de Vilhena - CVMV, apresentando as funções típicas e atípicas do Poder Legislativo.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

- ✓ Tornar o cidadão interessado em conhecer as variadas formas de participação na vida política através do parlamento municipal, em favor da sua comunidade e da cidade como um todo.
- ✓ Instigar uma maior conexão da população com a Câmara Municipal de Vilhena - CVMV através das redes sociais, portal e outras mídias, promovendo esses canais de participação popular e acompanhamento do Poder Legislativo, além de ações de impulsionamento de conteúdo, com estratégias de alcance ampliado.
- ✓ Fomentar o sentimento de pertencimento da população junto ao parlamento municipal, encorajando-os a se tornarem disseminadores de conhecimento político, formando líderes do futuro.

Por fim, a finalidade dos esforços de comunicação a serem atingidos no final da execução contratual é o de efetivamente atender às necessidades de informação dos munícipes, sempre pelo viés da prestação de contas e do cumprimento ao determinado pelo parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição Federal.

4 TEMA E CONSIDERAÇÕES PARA A CAMPANHA SIMULADA DA PROPOSTA TÉCNICA

Com o advento da internet, a comunidade está ativa e de olho nas ações desenvolvidas pelos governantes das nossas cidades, onde reconhece o trabalho dos mesmos, bem como, as vezes, criticam por deixar a desejar. Mas é notório que poucos se engajam nas atividades prestadas pelo Poder Legislativo na qual por falta de informações ou até mesmo por falta proximidade com os então eleitos para legislar, fiscalizar e requisitar melhoria para população que tanto carece.

Na busca por conectar a população para mais perto do Poder Legislativo, essa deve atuar na busca de se aproximar-se dos munícipes na procura de demandas almejadas pela maiorias a fim de encontrar resoluções de problemas eminente.

O Parlamentar que trabalham em conjunto conseguem atender melhor as necessidades da população buscando recurso para ajudar o Poder Executivo a realizar obras,, mas para isso tem-se que manter unidos pelo bem coletivo, estando próximo do povo que bem conhece o que, de fato, se precisa.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

Estando próximo da população, essa passa a colocar a suas demandas e quem sabe soluções ao parlamentar. Logo, o vereador atuará mais em sua função que é fiscalizar, e buscar ajuda munícipes juntos aos órgãos competentes.

Desta forma, o objetivo da campanha simulada da Proposta Técnica é destacar que a população possa contar com o parlamento na busca de solução para os reais problemas enfrentados, apresentado e explicando em linguagem clara, acessível e publicitária que esta união proporcionará mais participação e aproximação dos vereadores com as demandas da população, uma vez que agora eles podem decidir e indicar, independentemente da aprovação do Poder Executivo, onde e como usar parte dos recursos do orçamento da cidade.

A campanha simulada da Proposta Técnica deverá:

- ✓ Mostrar um Poder Legislativo mais ativo em buscar solução para as demandas reivindicada da população e que trabalha em constante evolução para disponibilizar serviços cada vez melhores, estimulando a participação popular, tanto por meio de canais tradicionais como também por ações digitais;
- ✓ Apresentar ao cidadão os canais de comunicação da Câmara Municipal de Vilhena - CVMV (portal, mídias sociais e campanhas de impulsionamento online) e convidá-lo a participar efetivamente das atividades da instituição;
- ✓ Reforçar que, através da participação direta, o cidadão exerce sua cidadania de forma plena e passa a compreender melhor as atividades dos vereadores, colaborando assim para a conscientização e importância dos trabalhos realizados por eles;
- ✓ Demonstrar transparência e fiscalização na aplicação dos recursos que serão indicados, promovendo conteúdos tanto nas mídias tradicionais quanto em plataformas digitais, com postagens impulsionadas e segmentação precisa.
- ✓ Ter um tom honesto e uma causa engajadora, apresentando modernidade, mas sem construir uma imagem forçosamente positiva.

Diante dessas questões, este **briefing** deverá ser utilizado para a criação de uma campanha publicitária simulada a ser apresentada pela licitante em sua Proposta Técnica, com o tema:

“VOCÊ APONTA A DEMANDA E A CÂMARA VAI ATRÁS DA SOLUÇÃO.”



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

5 PÚBLICO ALVO

A intenção das campanhas é criar uma estratégia de comunicação eficiente, com o cidadão vilhenense como protagonista. A campanha deverá atingir toda a população de Vilhena, incluindo todas as faixas etárias, socioeconômicas e produtivas, com ações tanto offline (TV, rádio, outdoors) quanto online (redes sociais, impulsionamento de posts, anúncios em plataformas de busca e sites).

6 PRAÇA

A campanha publicitária simulada relativa à Proposta Técnica da licitação será desenvolvida para a praça do Município de Vilhena.

7 PERÍODO

A campanha publicitária simulada relativa à Proposta Técnica da licitação terá a duração de 30 (trinta) dias, observando os prazos legais e as necessidades da Administração Pública Municipal.

8 VERBA ESTIMADA PARA INVESTIMENTO

Fica definida a importância de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) como sendo o valor do investimento a ser considerado pela licitante para o desenvolvimento da campanha simulada referente à sua Proposta Técnica, tanto para mídia quanto para as outras ações pertinentes relativas à campanha.

Entende-se que este valor está condizente com os objetivos da comunicação, praça e público-alvo estabelecidos neste *'briefing'*, possibilitando às licitantes demonstrar sua qualificação técnica durante a licitação, conforme o previsto na nova legislação.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

9 PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Neste quesito, não se tem uma pesquisa local específica, mas ao analisar o engajamento da população vilhenense nas redes sociais da própria Câmara Municipal de Vilhena - CVMV, percebe-se que há um baixo interesse ou desconhecimento desses canais de comunicação.

10 RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal de Vilhena - CVMV possui a Diretoria de Comunicação - DICOM, dotada de autonomia interna, na medida em que se reporta diretamente a Mesa Diretora sem subordinação operacional a nenhum outro órgão o que é importante, na medida em que garante celeridade decisória.

Salientamos que, no que tange ao serviço de publicidade realizado pela Diretoria de Comunicação – DICOM, esta atua apenas em acompanhar e fiscalizar os trabalhos da empresa contratada para efetiva realização e aprovar cada trabalho, antes de o mesmo ser vinculado, viabilizando o pagamento respectivo após a devida execução.

Além da Diretoria de Comunicação – DICOM, a Câmara Municipal de Vilhena - CVMV possui uma série de instrumentos de comunicação com a sociedade. São eles:

- ✓ **Portal da Transparência:** Disponibiliza informações sobre a gestão administrativa, financeira e processual da Câmara Municipal de Vilhena - CVMV;
- ✓ **Transmissão online das sessões plenárias** via plataforma do YouTube, permitindo o acompanhamento ao vivo pela população;
- ✓ **Redes sociais (Facebook e Instagram):** Estas redes possibilitam o contato direto com os cidadãos, permitindo críticas, sugestões e engajamento nas atividades do Legislativo; e
- ✓ **Ouvidoria:** Canal para o recebimento de demandas eletrônicas, telefônicas ou presenciais, relacionadas ao processo legislativo e aos assuntos da Câmara Municipal de Vilhena - CVMV.

Esses recursos são essenciais para garantir a acessibilidade e a transparência na comunicação entre a Câmara e os cidadãos de Vilhena.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

11 OBSERVAÇÕES FINAIS

As informações constantes deste *'briefing'* devem ser utilizadas pelas licitantes para criar a campanha publicitária simulada, com o tema:

“VOCÊ APONTA A DEMANDA E A CÂMARA VAI ATRÁS DA SOLUÇÃO”

Espera-se que a campanha institucional desenvolva uma comunicação eficiente e honesta, informando os cidadãos de Vilhena sobre o impacto da participação política na vida cotidiana, destacando o papel fundamental da Câmara de Vereadores e da interação direta com os cidadãos.

A campanha simulada deverá, ainda, contemplar todos os problemas, questionamentos e objetivos apresentados neste *'briefing'*.

As empresas poderão dar à campanha simulada o nome que melhor lhe convier, bem como ampliar o foco respectivo, desde que o tema seja efetivamente enfrentado e as questões postas neste documento sejam de fato abordadas, bem como obedecidas as orientações específicas nele contida, sob pena de desclassificação.

As informações sobre a Câmara Municipal de Vilhena - CVMV contidas nesse *'briefing'* deverão ser utilizadas pela CONTRATADA para o desenvolvimento das campanhas publicitárias do projeto básico, à exceção do tema acima indicado, o qual deverá ser utilizado somente para o desenvolvimento, pelas licitantes da campanha publicitárias simulada a ser apresentada na proposta técnica.

Em atendimento aos Princípios da Transparência e da Isonomia, eventuais dúvidas a serem dirimidas por telefone serão somente aquelas de ordem estritamente informal, as demais deverão ser solicitadas formalmente, sendo analisadas e respondidas através de documentação pública, não se admitindo indagações pessoais, informais e/ou individuais.

Vilhena, 07 de abril de 2025.

Rafael Rodrigues

Diretor de Comunicação

Portaria N° 30/2025



Poder Legislativo
Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin
Diretoria de Comunicação

ANEXO "B"

ORIENTAÇÕES E EXIGÊNCIAS RELATIVAS À PROPOSTA TÉCNICA E DE PREÇOS

PROPOSTA TÉCNICA

1 - A Proposta Técnica será utilizada para se avaliar as condições da licitante quanto à capacitação técnica para o perfeito cumprimento do objeto da licitação.

1.1 - A Proposta Técnica deverá ser entregue pela licitante ao Presidente da Comissão de Licitação em **três invólucros distintos**, conforme se segue:

INVOLUCRO 1: Conteúdo: **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária.

INVOLUCRO 2: Conteúdo: **via identificada** do Plano de Comunicação Publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

INVOLUCRO 3: Conteúdo: Conjunto de Informações da Licitante

1.1.1 - INVOLUCRO 1 - VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

1.1.1.1 O Plano de Comunicação Publicitária a ser inserido no invólucro I (**via não identificada**) corresponderá a uma campanha publicitária simulada que terá como referência o tema **"VOCÊ APONTA A DEMANDA E CÂMARA VAI ATRÁS DA SOLUÇÃO."**

O Plano deverá ser elaborado com observância às seguintes regras:

a) - título:

- fonte *arial*, corpo 12, negrito;
- espaçamento simples entre linhas;
- alinhamento à esquerda.

b) - subtítulo:

- fonte *arial*, corpo 12, negrito;



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

-espaçamento simples entre linhas;

- alinhamento à esquerda.

c) - corpo do texto:

- número máximo de 20 (vinte) linhas em cada página;

- em papel A4, cor branca, 75 gr/m2, orientação retrato;

- fonte *arial*, corpo 12, normal;

- cor preta;

- espaçamento simples entre linhas;

- alinhamento geral justificado, com recuo de 1,25 (um virgula vinte e cinco) cm na primeira linha de cada paragrafo;

- em cada página, a margem esquerda devera ser de 3 (três) cm e a margem superior deverá ser de 5 (cinco) cm. A margem direita e a margem inferior deverão ser adequadas de forma que a página comporte o número de linhas determinado;

- numeração da página sequencial, no canto inferior direito.

d) - as folhas de defesa da campanha deverão ser apresentadas em caderno único, com espiral preto no canto esquerdo.

e) - as peças de Ideia Criativa em formato A4 deverão ser apresentadas em folhas soltas, fora do caderno do plano de comunicação.

f) - capa e contracapa em papel A4, cor branca, 75 gr/m2, ambas em branco (sem qualquer escrita, informação ou desenho).

1.1.1.2 A formatação acima descrita visa estabelecer um critério de igualdade entre os concorrentes. **Eventual descumprimento das regras** relativas a espaçamento, recuo, justificação, fonte, estilo, tamanho e outras somente **implicarão a desclassificação** da licitante se ultrapassar o tamanho mínimo das peças ou se,



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

comprovadamente, implicar prejuízo à determinação de anonimato quanto à autoria respectiva.

1.1.1.3 O Plano de Comunicação Publicitária a ser inserido no **invólucro I** deverá ser apresentado **sem identificação da licitante** e sem qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a sua autoria.

1.1.1.4 Todas as partes componentes do Plano de Comunicação Publicitária deverão ser acondicionadas no **invólucro I** de forma a não marcar, de dentro para fora, o invólucro em que serão inseridas.

1.1.1.5 Em hipótese alguma poderá a licitante inserir no **invólucro I**, para que fim for, qualquer material estranho ao que se indica neste Anexo.

1.1.1.6 As especificações do **subitem 1.1.1.1** deste Anexo aplicam-se, no que couber, ao quesito Ideia Criativa do Plano de Comunicação Publicitária.

1.1.1.7 Os exemplos das peças a serem apresentadas para o quesito Ideia Criativa, também sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do **invólucro I** a ser fornecido pela CVMV.

1.1.1.8 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia do Plano de Comunicação Publicitária, as licitantes **poderão** utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para a sua apresentação.

1.1.1.9 Para a elaboração da campanha simulada da Proposta Técnica, as licitantes **deverão consultar as regras e as informações indicadas no “briefing” constante do ANEXO “A” DO PROJETO BÁSICO.**

1.1.1.10 A verba de referência deverá cobrir o gasto da campanha, inclusive os custos para produção das peças de mídia impressa e eletrônica. As agências deverão desconsiderar todos os custos internos e descontos padrões do CENP.

1.1.1.11 O Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) a ser apresentado pela licitante será elaborado com base no **“Briefing” ANEXO “A”** e será composto dos seguintes quesitos:



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

a) - *Raciocínio Básico*, sob a forma de texto, **com no máximo 5 páginas** que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CVMV, a compreensão da licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

b) - *Estratégia de Comunicação Publicitária*, sob a forma de texto, **com no máximo 5 páginas**, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela CVMV para a campanha simulada;

c) - *Ideia Criativa*, sob a forma de **exemplos de peças publicitárias**, que corresponderão à resposta criativa da licitante aos desafios e metas por ela explicitados na Estratégia de Comunicação Publicitária, da campanha simulada. Deverão ser apresentados **5 (cinco) exemplos** de peças, sendo exclusivamente:

- 1 (um) site de notícia;
- 1 (um) *outdoor*;
- 1 (uma) peça para rádio;
- 1 (uma) peça para TV; e
- 1 (uma) peça para redes sociais e/ou *Internet*.

Os exemplos de peças poderão ser apresentados em forma de *layout*, roteiro e *story board*.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia, sob a forma de **texto**, com no **máximo 5 (cinco) páginas**, em que a proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária por ela sugerida e em função da verba explícita no **ANEXO "A"** do Projeto Básico - '**Briefing**'. A Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser apresentada sob a forma de texto, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo (sendo que este último deverá identificar as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação). **As tabelas, os gráficos, as planilhas e o quadro resumo não serão computados no limite acima citado de 5 (cinco) páginas**. Deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores. Os preços de mídia deverão ser os da tabela cheia dos veículos.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

1.1.1.11.1 Caso o edital de licitação venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, a **tabela de preços** do Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO/RO **a ser usada** será aquela vigentes que na data do primeiro aviso do edital de licitação.

1.1.1.11.2 A critério da Câmara Municipal de Vilhena - CVMV, a campanha publicitária simulada da proposta vencedora **poderá ou não vir a ser produzida e veiculada**, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

1.1.1.12 Os exemplos de peças da Ideia Criativa referentes à mídia impressa ou outras apresentações semelhantes **poderão** ser apresentados em **papel supremo formato A4**. Os exemplos de peças da Ideia Criativa relativos a mídias eletrônicas, por sua vez, deverão ser apresentados em CD ou DVD, executáveis em sistema operacional Windows, os quais deverão ser afixados em papel supremo ou apresentados dentro de envelope branco próprio para CD ou DVD.

1.1.1.12.1 Serão admitidos os seguintes formatos de arquivos: PDF, JPG, PNG, MP3 (até 10 Mb) e MP4 (até 50MB).

1.1.1.13 O **invólucro 1** (a ser disponibilizado pela Câmara Municipal de Vilhena - CVMV) padronizado na forma do edital, não terá nenhum tipo de identificação da Licitante.

1.1.1.14 Ressalva-se que **não serão computados nos limites de páginas definidos para o Plano de Comunicação Publicitária, além dos demais itens já anteriormente citados neste Anexo: a capa, a contracapa e as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos.**

1.1.1.15 Será **desclassificada** a licitante que descumprir o disposto neste Anexo, bem como identificar, o **invólucro 1** ou o Plano de Comunicação Publicitária, nos termos do art. 6º, XIV, da Lei Federal 12.232/2010.

1.1.2 - INVOLUCRO 2 - VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

1.1.2.1 O Plano de Comunicação Publicitária – (**via identificada**), a ser inserido no **invólucro 2**, **deverá** constituir-se de *uma cópia da via não identificada* do mesmo plano, porém, com a identificação da licitante, rubrica em todas as folhas e assinatura do representante legal da licitante na última folha.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

1.1.2.2 O Plano de Comunicação Publicitária - via identificada, **deverá** ser apresentado **sem** os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

1.1.2.3 **É expressamente vedada** a indicação, na **parte externa** do **invólucro 2**, do nome da campanha simulada.

1.1.3 - INVOLUCR 03 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE:

1.1.13.1 O Conjunto de Informações da Licitante, a ser inserido no **invólucro 3**, será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento da licitante e o nível dos trabalhos por ela realizados para seus clientes.

1.1.13.2 O Conjunto de Informações da Licitante **deverá** ser apresentado sem marca, ou etiqueta que conste do Plano de Comunicação Publicitária - **via não identificada** - e que permita identificar a autoria desse plano antes da abertura do **invólucro 2**.

1.1.13.2.1 A **não observância** desta regra implicará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** da licitante pelo Comissão de Licitação.

1.1.13.3 O Conjunto de Informações da Licitante será composto dos seguintes quesitos:

I- **Capacidade de atendimento**, que compreenderá:

a) Sistemática de atendimento, discriminando-se todo o pessoal que será alocado aos serviços da Câmara Municipal de Vilhena - CVMV, as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos (em condições normais de trabalho) para a criação de campanha, criação de peças avulsas e elaboração de Plano de Mídia;

b) Discriminação das informações de comunicação que serão colocadas regularmente pela licitante à disposição da Câmara Municipal de Vilhena - CVMV, sem ônus adicional para esta, durante a execução do contrato;

c) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

I.I O quesito acima **não** possui limite de páginas.

II - Repertório, que é o conjunto de trabalhos realizados pela licitante (**portfólio**), com as respectivas fichas técnicas, acompanhado de peças:

a) Apresentação de no máximo **(5) cinco de peças produzidas** conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela licitante nos últimos **7 (sete) anos, sob a forma de peças**, considerando os meios impressos, eletrônicos e/ou digitais) e suas respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá uma apresentação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver;

b) Ficha técnica, em cada peça, com a identificação da licitante e do anunciante, a data de produção e o período de veiculação;

c) Vídeos fornecidos em DVD e *spots* e/ou *jingles* em CD, não regraváveis, (PEN DRIVE).

II.I Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela legislação da propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

III Relatos de soluções de problemas de comunicação (cases):

a) Relatar sobre **1 (uma) campanhas de propaganda (cases)** completas, desenvolvidas anteriormente pela licitante, **sob forma de texto descritivo**, com apresentação dos problemas que cada campanha se propôs a resolver e dos resultados alcançados, contendo no até **máximo 3 (três) páginas cada relato** (com **20 (vinte)** linhas em cada página, fonte **arial**, corpo 12, espaçamento entre linhas simples, margem esquerda de 3 (três) cm e margem superior de **5 (cinco)** cm, de forma que a página comporte o número de linhas acima especificado), indicando os problema enfrentados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão para cada relato de **até 5 (cinco) peças** de qualquer tipo e respectivas fichas técnicas, também referendadas com a assinatura do anunciante/cliente;

III.I A formatação de texto acima descrita visa estabelecer um critério de igualdade entre os concorrentes.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

1.1.13.4 Qualquer informação inverídica constante do Conjunto de Informações da Licitante, apurada pela Comissão de Licitação, mediante simples conferência ou diligência, implicará na **DESCCLASSIFICAÇÃO** da respectiva licitante.

1.1.13.5 Os documentos acondicionados no **invólucro 3** deverão conter a identificação da licitante e serem assinados na última folha pelo representante legal da licitante e rubricado nas demais, **não havendo, entretanto, a necessidade de sua apresentação em caderno único.**

1.2 - DISPOSIÇÕES GERAIS ACERCA DA PROPOSTA TÉCNICA:

1.2.1 Para os gráficos e planilhas inseridos nos textos da Proposta Técnica serão aceitos fontes e tamanhos compatíveis com aqueles dos **softwares** disponíveis.

1.2.2 A tabela a seguir apresenta os quantitativos/limites a serem observados para cada quesito da Proposta Técnica, ressalvadas as observações anteriores quanto aos itens que **não** serão computados nestes quantitativos/limites:

PROPOSTA TÉCNICA	LIMITES MÁXIMOS DE PÁGINAS OU PEÇAS
Raciocínio Básico	5 páginas
Estratégia de Comunicação Publicitária	5 páginas
Ideia Criativa	5 peças
Estratégia de Mídia e Não Mídia	5 páginas
Repertório	5 peças
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - cases	1 cases/ 5 peças cada / 3 páginas cada



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

PROPOSTA DE PREÇOS:

2- A Proposta de Preço será utilizada para se avaliar e quantificar os percentuais de descontos oferecidos pelas licitantes.

2.1 - A Proposta de Preço deverá ser entregue pela licitante ao Presidente da Comissão de Licitação em **um único invólucro**, conforme se segue:

INVOLUCRO 4: Conteúdo: Proposta de Preço.

2.1.1 - INVOLUCRO 4 – PROPOSTA DE PREÇO:

2.1.1.1 A proposta de preços deverá ser apresentada pela licitante no **invólucro 4**, observadas a forma de apresentação desse invólucro e as demais regras contidas no edital do certame quanto a essa proposta.

2.1.1.2 O **invólucro 4** será providenciado pela licitante e deverá ser adequado ao seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações nele contidas, devendo ainda ser identificado na forma prevista no edital.

2.1.1.3 A proposta de Preços a ser inserida no **invólucro 4** deverá ser elaborada de acordo com o modelo constante do edital do certame.

2.1.1.4 A proposta de Preços a ser inserida no **invólucro 4** deverá indicar a denominação social e o número do CNPJ da licitante;

2.1.1.5 A proposta de Preços deverá conter oferta firme e precisa para a íntegra do item único, sem alternativas de percentuais ou indicação de quaisquer outras condições que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

2.1.1.6 A proposta de Preços deverá ser assinada por representante legal da licitante;

2.1.1.7 A proposta de Preços **não** deverá conter emendas, rasuras, borrões, ressalvas ou entrelinhas, salvo se, inequivocamente, tais falhas não acarretarem lesões ao direito das demais licitantes, prejuízo à administração ou não impedirem a exata compreensão de seu conteúdo;

2.1.1.8 Os percentuais da proposta de Preços **deverão** ser cotados com, no máximo, **duas casas decimais**. Não sendo observada esta regra, serão desconsideradas as casas decimais a partir da terceira, sem arredondamento.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

2.1.2 Dentre outros aspectos, a Proposta de Preços deverá indicar:

a) _____% (_____ por cento) de desconto que será concedido à CVMV, incidente sobre os custos internos de produção da CONTRATADA, apurados em relação à **tabela de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO/RO**. Conforme caput do **Subitem 3.6** das Normas Padrão do CENP;

b) **20%** (vinte por cento) de Desconto-Padrão a Agência” de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes. Conforme **subitem 2.5.1 das Normas-Padrão do CENP**;

c) **15%** (quinze por cento) relativo aos honorários a serem cobrados da CVMV, nos termos do **subitem 3.6.1 das Normas-Padrão do CENP**, para remunerar a CONTRATADA a partir de estudo ou de criação intelectual da agência à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento junto a fornecedores especializados, a serem calculados sobre o valor respectivo;

d) _____% (_____ por cento) relativo aos honorários a serem cobrados da CVMV, nos termos do **subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP**, para remunerar a CONTRATADA nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento junto a fornecedores especializados, a serem calculados sobre o valor respectivo.

Ob.:

*I. Os sub-itens **b)** e **c)** seguem o percentual fixado pela Normas-Padrão do CENP.*

*II. O desconto sobre a tabela FENAPRO **não pode ser superior 30%** sob pena de inexistência a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.*



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

2.1.3 A Comissão de Licitação analisará as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes, observadas as regras constantes deste Anexo e o do corpo do edital do certame.

2.1.4 Os percentuais ofertados serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

2.1.5 A proposta terá validade de 60 (sessenta) dias, contados da data de abertura dos envelopes de preços.

2.1.6 Quando da elaboração de sua Proposta de Preços, deverá a licitante levar em consideração que todos os tributos e demais encargos incidentes sobre o objeto desta licitação, inclusive custos com pessoal e de administração, serão de sua inteira responsabilidade, não sendo aceita reivindicação posterior para a inclusão de tributos, encargos e custos, salvo se houver comprovação de que são novos e criados por ato de governo em data posterior à da apresentação da respectiva proposta.

Vilhena, 07 de abril de 2025.

Rafael Rodrigues

Diretor de Comunicação

Portaria N° 30/2025



Poder Legislativo
Câmara de Vereadores do Município de Vilhena
Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin
Diretoria de Comunicação

ANEXO “C”

CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

1 – NOTA TÉCNICA

1.1 - Para efeito de cálculo da **Nota Técnica (NT)**, referente à Proposta Técnica serão considerados os critérios a seguir indicados.

1.1.1 A Subcomissão Técnica constituída nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, analisará as Propostas Técnicas das licitantes, às quais atribuirá pontos para os quesitos abaixo (**com no máximo duas casas decimais**), segundo critérios técnicos, considerando a seguinte pontuação máxima:

INVÓLUCRO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA		
REFERÊNCIA NESTE ANEXO	QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.3.1	Raciocínio Básico	20
1.3.2	Estratégia de Comunicação Publicitária	15
1.3.3	Ideia Criativa	25
1.3.4	Estratégia de Mídia e Não Mídia	20
TOTAL MÁXIMO DE PONTOS (I) =		80
INVÓLUCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE		
REFERÊNCIA NESTE ANEXO	QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1.3.5	Capacidade de Atendimento	10
1.3.6	Repertório	5
1.3.7	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - cases	5
TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS (II) =		20
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL (I + II)		100



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

1.2.1 Para todas as pontuações e notas relacionadas a este Anexo deverão ser consideradas **apenas duas casas decimais**, desprezando-se as demais e o sistema de arredondamento, observando-se também o disposto no **subitem 3.4** deste mesmo Anexo.

1.3 Os pontos para cada quesito serão assim distribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica:

1.3.1 Na avaliação do quesito ***Raciocínio Básico*** (total máximo de 20 pontos) será avaliada a acuidade de compreensão, por meio da verificação dos seguintes itens:

- a) - das características da **CVMV** e das atividades que sejam significativas para a sua comunicação publicitária: **0 a 5 pontos**;
- b) - da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CVMV com os seus públicos: **0 a 5 pontos**;
- c) - do papel da **CVMV** no atual contexto social, político e econômico: **0 a 5 pontos**;
- d) - da linha específica de comunicação a ser adotada pela **CVMV**, na visão da Agência: **0 a 5 pontos**.

1.3.2 Na avaliação do quesito ***Estratégia de Comunicação Publicitária*** (total máximo de 15 pontos), serão verificados os seguintes itens:

- a) - a adequação do partido temático e o conceito propostos à natureza e à qualificação da CVMV e ao seu problema específico de comunicação: **0 a 5 pontos**;
- b) - a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa: **0 a 5 pontos**;
- c) - a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da **CVMV** com seus públicos: **0 a 5 pontos**.

1.3.3 Na avaliação do quesito ***Ideia Criativa*** (total máximo de 25 pontos) serão verificados os seguintes itens:

- a) - Sua adequação à comunicação da **CVMV**: **0 a 4 pontos**;
- b) - a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: **0 a 3 pontos**;



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

- c) - a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações: **0 a 3 pontos;**
- d) - a originalidade da combinação dos elementos que a constituem: **0 a 3 pontos;**
- e) - a simplicidade da forma sob a qual se apresenta: **0 a 3 pontos;**
- f) - sua pertinência às atividades da **CVMV** e a sua inserção na sociedade: **0 a 3 pontos;**
- g) - os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou material apresentados: **0 a 3 pontos;**
- h) - a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos: **0 a 3 pontos.**

1.3.4 Na avaliação do quesito ***Estratégia de Mídia e Não Mídia*** (total máximo de 20 pontos) serão verificados os seguintes itens:

- a) - Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos do público prioritários: **0 a 4 pontos;**
- b) - Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: **0 a 4 pontos;**
- c) - Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores: **0 a 4 pontos;**
- d) - Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças: **0 a 4 pontos;**
- e) - criatividade na proposição de peças de mídia e não mídia: **0 a 4 pontos.**

1.3.5 Na avaliação do quesito ***Capacidade de Atendimento*** (total máximo de 10 pontos), serão verificados os seguintes itens:

- a) - a pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos indicados na proposta às necessidades da **CVMV**: **0 a 4 pontos;**
- b) - as informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da **CVMV**, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: **0 a 4 pontos;**



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

c) - a operacionalidade do relacionamento entre a **CVMV** e a Agência, esquematizado na proposta: **0 a 2 pontos**.

1.3.6 Na avaliação do quesito **Repertório** (total máximo de 5 pontos) observar-se-á a capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, verificando - se os seguintes itens:

a) - a ideia criativa e sua pertinência: **0 a 2 pontos**;

b) - clareza da exposição: **0 a 2 pontos**;

c) - qualidade de execução e acabamento: **0 a 1 pontos**.

1.3.7 Na avaliação do quesito **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - cases** (total máximo de 5 pontos) serão verificados os seguintes itens:

a) - a concatenação lógica da exposição: **0 a 2 pontos**;

b) - a evidência de planejamento publicitário: **0 a 1 pontos**;

c) - a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução: **0 a 1 pontos**;

d) - a relevância dos resultados apresentados: **0 a 1 pontos**.

1.4 A Subcomissão Técnica, primeiramente, avaliará os quesitos inseridos no **INVÓLUCRO 1** referente ao **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA**.

1.4.1 Havendo diferença superior a 20% (vinte por cento) **entre a maior e a menor** pontuação dada por seus membros, a subcomissão reavaliará a pontuação atribuída.

1.4.2 Finalizando a análise, a Subcomissão Técnica, conforme inciso IV do parágrafo 4º do art. 11 da Lei Federal nº 12.232/2010, elaborará ata de julgamento do plano de comunicação encaminhando-o à Comissão Especial juntamente a planilha e a justificativa escritas das razões que as fundamentaram em cada caso.

1.5 A Subcomissão Técnica, após avaliar os quesitos inseridos no **INVÓLUCRO 1** referente ao **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA**, avaliará os quesitos inseridos no **INVÓLUCRO 3** referente ao **CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE**.



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

1.5.1 Havendo diferença superior a 20% (vinte por cento) **entre a maior e a menor** pontuação dada por seus membros, a subcomissão reavaliará a pontuação atribuída.

1.5.2 Finalizando a análise, a Subcomissão Técnica, conforme inciso VI do parágrafo 4º do art. 11 da Lei Federal nº 12.232/2010, elaborará ata de julgamento do plano de comunicação encaminhando-o à Comissão Especial juntamente a planilha e a justificativa escritas das razões que as fundamentaram em cada caso.

1.6 No caso do **subitem 1.4 e 1.5** deste Anexo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, 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 reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo licitatório.

1.7 Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do edital da licitação, ainda assim será atribuída pontuação aos 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 esta fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do **invólucro nº 2** (via identificada do Plano de Comunicação Publicitária).

1.8 A Pontuação Final (PF) do quesito, a ser calculada pela Subcomissão Técnica, corresponderá à média aritmética simples dos pontos dados por cada membro da Subcomissão para aquele mesmo quesito.

1.9 A Pontuação Técnica (PT) da licitante, a ser calculada pelo Comissão de Licitação, será a soma da Pontuação Final (PF) de cada um de seus **quesitos de 1.3.1 a 1.3.7** deste Anexo, ou seja, **PT = (PF 1.3.1) + (PF 1.3.2) + (PF 1.3.3) + (PF 1.3.4) + (PF 1.3.5) + (PF 1.3.6) + (PF 1.3.7).**

2.0 Será **DECLASSIFICADA** a licitante que obtiver Pontuação Técnica igual a 0 (zero).

1.10 A **Nota Técnica (NT)** de cada licitante classificada **será aferida** pela Comissão de Licitação, segundo os critérios acima estabelecidos, aplicando-se posteriormente a seguinte fórmula:

Pontuação Técnica da licitante

NT _____

Maior Pontuação Técnica apurada dentre as licitantes

Av. Tancredo Neves, 4308, Jardim América, 76.987-650 - Vilhena/RO
Comissão Especial



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

2 - NOTA PREÇO:

2.1 Para a apuração da **Nota Preço (NP)** de cada licitante, dever-se-á, antes, calcular a **Nota Preço-1 (NP-1)**, e a **Nota Preço-2 (NP-2)** relativas aos **subitens 2.1.2, itens a) e d)**, respectivamente, conforme se segue:

2.1.1 Tendo em vista os *percentuais descritos nos itens b) e c) do subitem 2.1.2 do Anexo "B" do Projeto Básico* serem fixado pela Normas-Padrão do CENP, esses não serão considerados na fórmula para se chegar a Nota Preço Final.

2.2 A **Nota Preço-1 (NP-1)** de cada licitante está relacionada ao percentual de desconto a ser concedido pela CONTRATADA à CVMV, incidente sobre os custos internos de produção da CONTRATADA, apurados em relação à **tabela de preços da Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO/RO** e será apurada da seguinte maneira:

$$\text{NP-1} = \frac{\text{Percentual de Desconto proposto pela licitante}}{\text{Maior Percentual de Desconto proposto dentre as licitantes}}$$

2.3 A **Nota Preço-2 (NP-2)** de cada licitante está relacionada ao percentual relativo aos honorários a serem cobrados da CVMV pela CONTRATADA, nos termos do **subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP** para remunerar a CONTRATADA nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo, sendo apurada da seguinte maneira:

$$\text{NP-2} = \frac{\text{Menor Percentual de Honorários proposto dentre as licitantes}}{\text{Percentual de Honorários proposto pela licitante}}$$

2.4 A **Nota Preço Final (NPF)** de cada licitante corresponderá à média aritmética simples de suas **Notas Preços 1 e 2** conforme abaixo:

$$\text{NPF} = \frac{\text{Nota Preço-1 (NP-1)} + \text{Nota Preço-2 (NP-2)}}{2}$$



Poder Legislativo

Câmara de Vereadores do Município de Vilhena

Palácio Vereador Nadir Ereno Graebin

Diretoria de Comunicação

3 NOTA FINAL

3.1 As licitantes serão classificadas em ordem decrescente (da maior para menor nota) de Nota Final aferida mediante aplicação de fórmula seguinte, sagrando-se vencedora do certame a licitante habilitada que tiver obtido a maior Nota Final.

$$NF = (0,6 \times NT) + (0,4 \times NP)$$

Onde:

NF: é a Nota Final da licitante;

0,6: é a ponderação da Nota Técnica

NT: é a Nota Técnica da licitante;

0,4 é a ponderação da Nota Preço;

NP: é a Nota Preço da licitante.

3.2 Serão consideradas apenas **quatro casas decimais** na Nota Final (NF), desprezando-se as demais. Não haverá arredondamento.

3.3 Em caso de **empate na Nota Final (NF)**, a Comissão de Licitação definirá a ordem de classificação das propostas de igual nota mediante sorteio, em reunião pública convocada previamente para este fim.

3.4 Não se admitirá proposta que apresente preços/percentuais simbólicos, irrisórios ou zerados, incompatíveis com os preços/percentuais praticados no mercado, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade da licitante, para os quais ela renuncie à parcela ou à totalidade da remuneração, o que deverá, quando for este o caso, ser informado pela licitante em sua proposta comercial, durante a reunião pública ou ainda, a critério da Comissão de Licitação, em resposta a diligência a ser feita por esta.

Vilhena, 07 de abril de 2025.

Rafael Rodrigues

Diretor de Comunicação

Portaria N° 30/2025