



**ATA DE SESSÃO DE JULGAMENTO DE PROPOSTA TÉCNICA PELA SUB
COMISSÃO DE AVALIAÇÃO TÉCNICA NO PROCSSO LICITATÓRIO PARA
CONTRATAÇÃO DE AGENCIA DE PUBLICIDADE**

No dia vinte e cinco de julho de dois mil e vinte e dois as quatorze horas, reuniu-se na sala de reuniões de licitações de Ibema a Sub Comissão composta pelos membros FRANCISMAR FORMENTÃO, HEDER MARCELO MORESCO e RAFAELA MUNIZ DE OLIVEIRA, para avaliação do pedido de justificativas de notas da avaliação realizada em doze de julho. A subcomissão durante o julgamento das notas teve acesso e fez a leitura do Edital 01/2022 Processo Administrativo 42/2022 e não encontrou no referido edital a orientação da necessidade de justificativas das notas por escrito na ata de resultados. A subcomissão em consulta a lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências, especialmente o Art. 6º "A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:" e item: "VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;" em seu parágrafo 1º "No caso do inciso VII deste artigo, 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 da licitação". e Art. 11. "Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório." e seu parágrafo 4º "O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:" item "VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;". A comissão chegou ao acordo de informar abaixo as justificativas das razões que fundamentaram as notas em cada item avaliado, pois foram discutidos e cada avaliador ao seu critério atribuiu nota: Item 15.10.3 Plano de Comunicação: 15.10.3.1 Raciocínio Básico: Acuidade de compreensão. a) características da CONTRATANTE significativas para a comunicação publicitária; b) natureza, extensão e qualidade das relações da CONTRATANTE com seu público; c) papel da CONTRATANTE na área social, política e econômica. 15.10.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária. a) adequação do conceito e do tema proposto à natureza, qualificação e ao problema de



PREFEITURA DO MUNICÍPIO IBEMA

comunicação da CONTRATANTE; b) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em sua defesa; c) capacidade evidenciada de despertar novas relações com o público-alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação da CONTRATANTE com a sociedade. 15.10.3.3 Idéia Criativa. a) adequação ao problema específico de comunicação; b) multiplicidade de interpretações pertinentes aos objetivos estratégicos traçados; c) cobertura do público-alvo através destas interpretações; d) originalidade da combinação dos elementos que a constituem; e) simplicidade da forma sobre a qual se apresenta; f) pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade; g) coesão dos desdobramentos comunicativos, conforme demonstração nas peças apresentadas; h) adequação da idéia criativa, ou seja, a linguagem das peças interagindo de maneira uniforme com os meios propostos. 15.10.3.4 Estratégia de Mídia. a) adequação da mídia escolhida ao objeto de comunicação proposto; b) adequação da linguagem do anúncio ao veículo escolhido; c) conhecimento dos hábitos de comunicação do público-alvo, adequando os aos meios, conforme objetivos estratégicos planejados; d) consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores; e) economia na aplicação da verba destinada; f) otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. 15.10.4 Capacidade de Atendimento. a) adequação da qualificação e quantificação dos profissionais colocados à disposição da CONTRATANTE. b) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas na execução do contrato, inclusive prazos a serem cumpridos para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia. c) Qualidade técnica, criatividade e pertinência da solução criativa do portfólio apresentado. d) Similaridade dos clientes apresentados com o contratante. Também chegou ao acordo de que as notas com divergência maior de 20% sejam justificadas individualmente por seu avaliador, registramos ainda, que as notas foram discutidas e mesmo assim, cada avaliador optou por manter a nota designada: Envelope A. Item 15.10.3.1. Membro 1 e 2 / Nota 7. Justificativa: "a nota foi atribuída em comparativo com as demais propostas, a proposta reúne qualidades e atributos para esta nota, mas, apresenta no Raciocínio básico a idéia de comunicação com seu público, enquanto que a peça apresentada não deixa claro este público". Membro 3 / Nota 5. Justificativa: "a contratante apresenta proposta que dialoga de maneira preponderantemente direcionada com apenas um público específico, quando por se tratar de um órgão publico, a proposta deve abranger um publico mais geral." Envelope B. Item 15.10.3.1. Membro 2 / Nota 7. Justificativa: "A proposta diz que se deve incluir o público mas não deixa claro como se deve fazer isso". Membro 3 / Nota 9,5. Justificativa: "O trabalho apresentado é atrativo e lembra um órgão público em diálogo com um público em geral, deixando clara a mensagem, de maneira acessível, como um órgão público deve ser." Item 15.10.3.4 Membro 2 / Nota 3,5 Justificativa: "Faltou apresentar estudo do que realmente é consumido pelo público em termos de mídia". Membro 3 / Nota 5. Justificativa: "A proposta demonstra um plano de mídia coerente com o público alvo". Envelope C 15.10.3.3. Membro 2 / Nota 12 Justificativa: "A proposta inclui como personagem um



PREFEITURA DO MUNICÍPIO IBEMA

homem que lembra um agricultor e uma mulher negra, que seriam o público do município, com um bom incentivo de que o público se integre ao município". Membro 3 / Nota 8,5 Justificativa: "A identidade da proposta não se associa a idéia de um órgão público, me lembra uma cooperativa de crédito. A linguagem é fraca pois pede que se invista, participe e colabore não deixando claro como pode-se participar da cidade, lembra algo como investimento privado." 15.10.3.4. Membro 2 / Nota 4,5 Justificativa: "A proposta apresenta uma boa abrangência de mídia, especialmente as sociais, explicando as vantagens de cada veículo, permitindo atingir todo o público do município.". Membro 3 / Nota 3,5. Justificativa: "Investimento muito alto em jornal impresso, não condizente com a realidade do município". Em Capacidade de Atendimento: Agência de Marketing Serapio. Item 15.10.4 Item C. Membro 2 / Nota 12 Justificativa: "A proposta em seus 3 cases apresenta boa argumentação, mas, por não deixar claro as peças vinculadas a estes cases, tiveram nota inferior as outras propostas". Membro 3 / Nota 8. Justificativa: "A proposta apresenta 3 cases, e não foi possível, com clareza vincular as peças apresentadas aos cases. Diferentemente das outras propostas." Item D Membro 1 / Nota 2. Justificativa: "Das três propostas, esta é a que não apresenta nenhum cliente órgão público". Membro 3 / Nota 3,9 Justificativa: "Mesmo não sendo clientes de órgãos públicos, apresentam necessidades de comunicação que demonstram capacidade de atendimento." A subcomissão ainda registra em Ata que observou nas propostas dos Envelopes A e C que as tabelas registram valores abaixo da Tabela Sinapro contrariando o exigido em edital, que previa o uso da tabela cheia. Nada mais tendo a registrar, foi lavrada a presente ata que vai assinada pelos membros a subcomissão de Avaliação Técnica.


FRANCISMAR FORMENTÃO
Membro 1


HEDER MARCELO MORESCO
Membro 2


RAFAELA MUNIZ DE OLIVEIRA
Membro 3