

564
6

**ATA DE JULGAMENTO, PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, DOS PLANOS DE
COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (INVÓLUCRO 01 VIA NÃO IDENTIFICADA) E DO
INVÓLUCRO 3 (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS E
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO)**

CONCORRÊNCIA 2023.09.04.3

Crato, 21 de Fevereiro de 2024

A Subcomissão Técnica nomeada através de Chamamento Público **2023.09.04.3**, reuniu-se nos dias 20 e 21 de Fevereiro de 2024, para julgamento da concorrência **2023.09.04.3** que tem como objeto: **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DE INTERESSE DA CHEFIA DE GABINETE, SECRETARIA DE EDUCAÇÃO, SECRETARIA DE SAÚDE, SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO MUNICÍPIO DE CRATO/CE, NOS TERMOS DO ARTIGO 37, § 1º DA CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL E DA LEI 12.232 DE 29 DE ABRIL DE 2010.**

Os membros da Subcomissão receberam dos membros da Comissão Permanente de Licitação 02 (Dois) invólucros relativos ao Plano de Comunicação Publicitária (VIA NÃO IDENTIFICADA) e 02 (Dois) invólucros relativos ao Conjunto de informações das Licitantes (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS E SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO), identificados pelas empresas: **CK COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS LTDA e D. E DE A. MOREIRA**. Isto posto a Subcomissão Técnica utilizou como método de trabalho: procedeu-se a leitura da proposta por um membro da Subcomissão, iniciado pelo Raciocínio Básico e Finalizando na ideia Criativa, acompanhada pela apresentação e avaliação das peças. Após cada membro avaliar os três primeiros quesitos, a saber; Raciocínio Básico, Estratégia de comunicação Publicitária e ideia Criativa, prosseguia-se a leitura da Estratégia de Midia, para posterior avaliação e atribuição de pontos. Uma vez finalizando o julgamento, foram preenchidas as planilhas com as notas individuais e suas médias, bem como formuladas as justificativas que as fundamentaram em cada caso, em seguidas utilizamos a mesma metodologia para avaliação dos invólucros relativos ao Conjunto de informações das Licitantes (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS E SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO).

Por fim, a Subcomissão junta a esta Ata, as planilhas de classificação das Licitantes cuja média aritmética teve por base a avaliação individual dos membros para as empresa.

FF-PT

D. P.

565
6

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (invólucro 1 – não identificado)

CAMPANHA: Juntos somos diferentes e promovemos a diferença em nosso município

PLANILHA AVALIAÇÃO

QUESITO	VALOR	FLAVIO	FRANCISCA	LIZ	NOTA FINAL
Raciocínio Básico	15	13	12,5	13	12,83
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	22	21,5	22	21,83
Ideia Criativa	25	21	19,6	21,5	20,70
Estratégia de Média e Não Média	10	5	6	5,5	5,50

CAMPANHA: Crato 260 anos. Orgulho que cresce com a gente.

PLANILHA AVALIAÇÃO

QUESITO	VALOR	FLAVIO	FRANCISCA	LIZ	NOTA FINAL
Raciocínio Básico	15	14	13,5	14	13,83
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	23	22,5	24	23,17
Ideia Criativa	25	23	22,5	24	23,17
Estratégia de Média e Não Média	10	9	9	9	9,00

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE (invólucro 3)

Licitante: CK COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS PUBLICITARIOS LTDA

PLANILHA AVALIAÇÃO

QUESITO	VALOR	FLAVIO	FRANCISCA	LIZ	NOTA FINAL
Capacidade de Atendimento	15	14	13,7	14	13,90
Repertório	5	5	4	4	4,33
Relatos de Soluções	5	5	4	4	4,33

Licitante: D. E DE A. MOREIRA

PLANILHA AVALIAÇÃO

QUESITO	VALOR	FLAVIO	FRANCISCA	LIZ	NOTA FINAL
Capacidade de Atendimento	15	10	11	10	10,33
Repertório	5	3	3	4	3,33
Relatos de Soluções	5	4	4	4	4,00

FP-PT

Davida Dama

Sem mais nada relevante para constar, nós, membros da Subcomissão Técnica, lavramos a presente ata que segue com análises individuais e justificativas anexas para que a Comissão Permanente de Licitação possa dar andamento aos respectivos trabalhos.

566
8

Fl-pt
Flávio de Moura Pinto - MEMBRO 1

FRANCISCA RENATA PAIVA DE PAULA
Francisca Renata Paiva de Paula - MEMBRO 2

Liz Bitú Cortez Paiva
Liz Bitú Cortez Paiva - MEMBRO 3

CONCORRÊNCIA NÚMERO 2023.09.04.3 - PREFEITURA DE CRATO - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: DATA:

Juntos somos diferentes e promovemos a diferença em nosso município

QUESTITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTAS DA SUBCOMISSÃO			NOTA DO QUESTITO	Justificativas
			1	2	3		
Raciocínio Básico	15	3	13	12,5	13	12,83	Fez boa análise do Crato, citando pessoas e fatos históricos importantes, assim como detalhes geográficos, fauna e flora da região, economia e educação. Bom diagnóstico em relação a necessidade de comunicação com a população público-alvo.
Estratégia de Comunicação	25	5	22	21,5	22	21,83	Fez boa defesa do conceito que fundamenta sua proposta de solução publicitária. Define bem os públicos e tem boas possibilidades de interpretações positivas.
Idéia Criativa	25	5	21	19,6	21,5	20,70	Bom alinhamento do conceito proposto e objetivo da campanha, embora o partido temático tenha ficado longo e redundante "Juntos somos diferentes e promovemos a diferença em nosso município", assim como os desdobramentos.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	5	6	5,5	5,50	Não houve consistência técnica e alinhamento com a verba disponível. Para embasar a escolha dos meios, o licitante usou dados de pesquisa nacional com fonte Kantar Ibope Média 2020. É contraditória a ausência de investimentos em mídia televisiva, uma vez que o município conta com mais de uma emissora e que terá investimento representativo em produção do filme. Foi notada também a ausência de investimento em tráfego pago para as peças digitais.
PLANO DE COMUNICAÇÃO	75		61,00	59,60	62,00	60,87	MÉDIA FINAL
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO							

FF *[assinatura]*

567
R

CONCORRÊNCIA NÚMERO 2023.09.04.3 - PREFEITURA DE CRATO - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

ÓDIGO DA EMPRESA: DATA:

Crato 260 anos. Orgulho que cresce com a gente.

QUESTO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTAS DA SUBCOMISSÃO			NOTA DO QUESITO	Justificativas
			1	2	3		
Raciocínio Básico	15	3	14	13,5	14	13,83	Apresenta um raciocínio coerente com o briefing. Mostra referências históricas e culturais importantes assim como números auditados em pesquisas recentes que contextualizam bem o objetivo da campanha.
Estratégia de Comunicação	25	5	23	22,5	24	23,17	Fez boa defesa do conceito que fundamenta sua proposta. Demonstra conhecimentos satisfatórios do panorama atual da cidade e sugere estratégia estruturada em 3 fases bem divididas e assertivas.
Mídia Criativa	25	5	23	22,5	24	23,17	Excelente alinhamento da campanha com a estratégia de comunicação. Boa originalidade na solução criativa, apresentando peças adequadas ao perfil dos segmentos de público-alvo. Contemplou diferentes perfis de raça, idade e gênero. A linguagem é clara e a mensagem objetiva.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	9	9	9	9,00	A estratégia de mídia e não mídia se encaixa perfeitamente com as características da ação publicitária proposta. Apresenta consistência técnica, embasada com pesquisas atuais e direcionadas. A estratégia digital está bem completa, sugerindo meios inovadores como TikTok, push notification, Youtube, assegurando uma boa comunicação com o público jovem. Uso dos recursos de forma ampla e adequada
PLANO DE COMUNICAÇÃO		75	69,00	67,50	71,00	69,17	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			<p style="text-align: center;">P-pt <i>[assinatura]</i></p>				
			MÉDIA FINAL				

568

CONCORRÊNCIA NÚMERO 2023.09.04.3 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDEIA CRIATIVA	MÍDIA E NÃO-MÍDIA	PLANO DE COMUNICAÇÃO
untos somos diferentes e promovemos a diferença em nosso município	12,83	21,83	20,70	5,50	60,87
Crato 260 anos. Orgulho que cresce com a gente.	13,83	23,17	23,17	9,00	69,17

SUBCOMISSÃO TÉCNICA	RUBRICA
MEMBRO 1 - Flávio de Moura Pinto	<i>Flávio de Moura Pinto</i>
MEMBRO 2 - Francisca Renata Paiva de Paiva	<i>Francisca Renata Paiva de Paiva</i>
MEMBRO 3 - Liz Bitú Cortez Paiva	<i>Liz Bitú Cortez Paiva</i>

569
B

CONCORRÊNCIA NÚMERO 2023.09.04.3 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO 3

ÓDIGO DA EMPRESA: _____ DATA: _____

CK COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS LTDA

QUESTO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTAS DA SUBCOMISSÃO			NOTA DO QUESTO	Justificativas
			1	2	3		
Capacidade de Atendimento	15	3	14	13,7	14	13,90	Licitante colocou 20 profissionais a disposição do contrato. Currículo resumido porém com muita clareza na função e especialidade de cada profissional. Apresentou 14 clientes ativos com diversos portes na área pública e privada. Boa estrutura física e estruturada. Sistemática de atendimento satisfatória com prazos dentro do convencional. Licitante possui contrato com instituto de pesquisa Kantar Ibope Media.
Repertório	5	1	5	4	4	4,33	Licitante apresentou 5 peças, dentre elas 4 peças de cliente privado e 1 público. Licitante demonstrou versatilidade e criatividade nas peças apresentadas. Destaque para spot da Audi Center explorando a criatividade para entrega da mensagem.
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5	1	5	4	4	4,33	Licitante apresentou 2 relatos sendo 1 de conta pública e 1 de conta privada, ambos com problema e solução proposta muito claros e com resultados entregues.
SOMATÓRIO	25		24,00	21,70	22,00	22,57	MÉDIA FINAL
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO							

FP-PT *Porto Para*

570
6

CONCORRÊNCIA NÚMERO 2023.09.04.3 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO 3

CÓDIGO DA EMPRESA: D. E DE A. MOREIRA DATA:

QUESTITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTAS DA SUBCOMISSÃO				NOTA DO QUESTITO	Justificativas
			1	2	3	3		
Capacidade de Atendimento	15	3	10	11	10	10,33	Licitante colocou 10 profissionais a disposição do contrato. Apresentou 09 clientes ativos na área pública e privada. Boa estrutura física. Na sistemática de atendimento, a licitante propõe prazos de execução curtos. Nas duas paginas que a licitante descreve a proposta da sistemática de atendimento, ela se engana ao colocar que a proposta é para a prefeitura de Tiangua.	
Repertório	5	1	3	3	4	3,33	Licitante apresentou 5 peças de contas públicas, dentre elas 4 vídeos para veiculação de internet e 1 folder impresso. Vídeos com boa edição e bem informativos. Peças com baixa criatividade, mas que entregam bem a mensagem proposta.	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5	1	4	4	4	4,00	Relatos bem descritos, ambos de contas públicas, em destaque o de Pires Feneira que relata uma conquista muito grande na educação e um feito histórico, porém o relato cita grande e expressivo resultado da educação e não do impacto que a campanha proporcionou para o cliente. No relato de Quixeramobim já está mais nítida a proposta da licitante com a ação "365 ações em 3 anos" e seus respectivos resultados.	
SOMATÓRIO	25		17,00	18,00	18,00	17,67	MÉDIA FINAL	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO								

F. P. A. Moreira

571
6

590
V

CONCORRÊNCIA NÚMERO 2023.09.04.3 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - INVÓLUCRO Nº 3

GÊNCIA	CAP. D/ ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATOS	INVÓLUCRO Nº 3
K COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS LTDA	13,90	4,33	4,33	22,57
E DE A. MOREIRA	10,33	3,33	4,00	17,67
	0,00	0,00	0,00	0,00

SUBCOMISSÃO TÉCNICA	RUBRICA
MEMBRO 1 - Flávio de Moura Pinto	Fl - Pt
MEMBRO 2 - Francisca Renata Paiva de Paula	FR - Pa
MEMBRO 3 - Liz Bitú Cortez Paiva	Liz - Bt