



ESTADO DO PARÁ
PREFEITURA MUNICIPAL DE MARABÁ
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
Rodovia Transamazônica, Km 5,5, Nova Marabá – Marabá – Pará - CEP: 68.507-765
Prédio da Secretaria de Viação e Obras Públicas. Email: licitacao@maraba.pa.gov.br



CONCORRÊNCIA nº 005/2021-CEL/SEVOP/PMM



ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

Ata da 1ª Reunião da Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 005/2021-CEL/PMM, que tem por objetivo a contratação de agência de publicidade.



Nos dias 20 e 21 de outubro de 2021, a Subcomissão Técnica para a **Concorrência Nº 005/2021-CEL/PMM**, constituída nos termos do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, formada pelos seguintes integrantes Kélia Lima dos Santos Araújo, Alessandro de Sousa Gusmão Viana e Cláudia Corrêa do Nascimento, esteve reunida para avaliar três propostas do conteúdo do Invólucro Nº 01 – Plano de Comunicação Publicitária.

A subcomissão iniciou os trabalhos verificando a integridade dos envelopes, para checar se todos estavam devidamente lacrados, sem marcas que identificassem as licitantes. Foi feita também a avaliação para confirmar se apresentavam conteúdo em acordo com o Edital. A subcomissão constatou que os envelopes estavam devidamente lacrados e, após abertos que continham conteúdo de acordo com o solicitado.

A subcomissão analisou de modo individualizado e julgou o conteúdo das propostas técnicas (vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária). Para realização do trabalho, foram elaboradas planilhas com as pontuações de cada membro da subcomissão para os quesitos de cada proposta e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos.

A subcomissão também elaborou a presente ata de julgamento das propostas para encaminhamento à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as planilhas, os Envelopes de nº 01 com seus conteúdos e a justificativa resumida das razões que fundamentaram as pontuações em cada caso.

Para o desenvolvimento dos trabalhos, a Subcomissão definiu como metodologia de trabalho a numeração dos envelopes denominando doravante as empresas participantes de Licitante 1, Licitante 2, Licitante 3 e elaborou a planilha para atribuição das notas dos quesitos a serem avaliados conforme Edital.

Os três integrantes da Subcomissão avaliaram atentamente as propostas, observando os itens contidos no edital e indicando nas planilhas individuais as notas de acordo com a pontuação estabelecida para cada item e subitem.

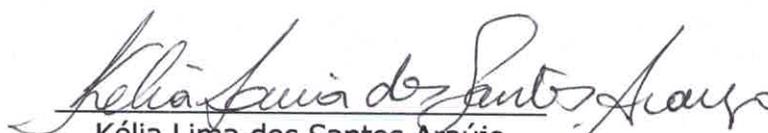
Após as notas atribuídas, a Presidente da Subcomissão Técnica, Kélia Lima dos Santos Araújo, realizou o preenchimento da planilha totalizadora que indicou, por média aritmética, que a empresa denominada Licitante 1 não atingiu a pontuação exigida de 60 pontos, sendo automaticamente desclassificada ao computar apenas 20,33 pontos. A empresa denominada Licitante 2 atingiu 60,33 pontos e Licitante 3 totalizou 68 pontos.

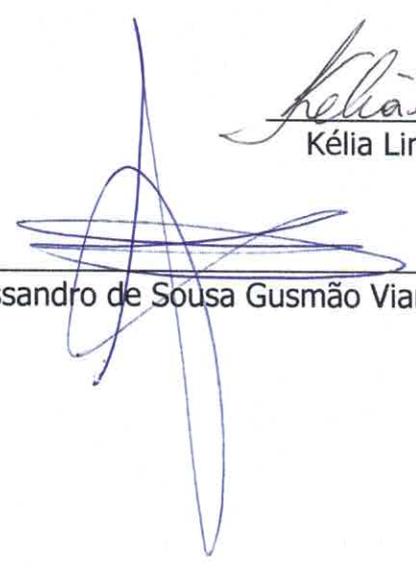
Os conteúdos apresentados pelas licitantes foram devidamente recolocados nos invólucros, que foram novamente lacrados para serem devolvidos à Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Marabá.

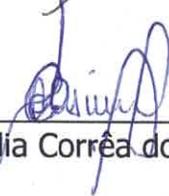
Nada mais havendo a tratar, a reunião foi encerrada. Para constar, e para os devidos efeitos legais, lavrou-se a presente ata que foi assinada pelos membros da Subcomissão Técnica.

Marabá, 21 de outubro de 2021.




Kélia Lima dos Santos Araújo
Presidente


Alessandro de Sousa Gusmão Viana


Cláudia Corrêa do Nascimento



Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 005/2021-CEL/PMM, que tem por objetivo a contratação de agência de publicidade

ANEXO 1



ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA - 100 PONTOS			
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 70 pontos	LICITANTE 1		
	KELIA	CLAUDIA	ALESSANDRO
Raciocínio Básico - 10 pontos	3	4	5
Estratégia de Comunicação Publicitária - 20 pontos	6	8	5
Idéia Criativa - 30 pontos	2	13	5
Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos	2	6	2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - 10 PONTOS			
REPERTÓRIO - 10 PONTOS			
RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - 10 PONTOS			
SOMA	13	31	17

ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA - 100 PONTOS			
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 70 pontos	LICITANTE 2		
	KELIA	CLAUDIA	ALESSANDRO
Raciocínio Básico - 10 pontos	10	9	10
Estratégia de Comunicação Publicitária - 20 pontos	18	18	18
Idéia Criativa - 30 pontos	25	30	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos	8	9	6
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - 10 PONTOS			
REPERTÓRIO - 10 PONTOS			
RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - 10 PONTOS			
SOMA	61	66	54

ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA - 100 PONTOS

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 70 pontos	LICITANTE 3		
	KELIA	CLAUDIA	ALESSANDRO
Raciocínio Básico - 10 pontos	10	8	10
Estratégia de Comunicação Publicitária - 20 pontos	20	17	20
Idéia Criativa - 30 pontos	30	29	30
Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos	10	10	10
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - 10 PONTOS			
REPERTÓRIO - 10 PONTOS			
RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - 10 PONTOS			
SOMA	70	64	70

Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 005/2021-CEL/PMW, que tem por objetivo a contratação de agência de publicidade



ANEXO 2

ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA - 100 PONTOS

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 70 pontos	LICITANTE 1			LICITANTE 2			LICITANTE 3		
	KELIA	CLAUDIA	ALESSANDRO	KELIA	CLAUDIA	ALESSANDRO	KELIA	CLAUDIA	ALESSANDRO
Raciocínio Básico - 10 pontos	3	4	5	10	9	10	10	8	10
Estratégia de Comunicação Publicitária - 20 pontos	6	8	5	18	18	18	20	17	20
Idéia Criativa - 30 pontos	2	13	5	25	30	20	30	29	30
Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 pontos	2	6	2	8	9	6	10	10	10
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - 10 PONTOS									
REPERTÓRIO - 10 PONTOS									
RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - 10 PONTOS									
SOMA	13	31	17	61	66	54	70	64	70
MÉDIA ARITMÉTICA		20,333333333		60,333333333				68	

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom of the page.

ANEXO 3

Relatório da Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 005/2021-CEL/PMM, que tem por objetivo a contratação de agência de publicidade.



Este presente relatório tem como objetivo apresentar a justificativa resumida das razões que fundamentaram as pontuações atribuídas em cada caso julgado pela Subcomissão Técnica para a **Concorrência Nº 005/2021-CEL/PMM**, constituída nos termos do artigo 10 da Lei Federal nº 12.232/2010, formada pelos seguintes integrantes Kélia Lima dos Santos Araújo, Alessandro de Sousa Gusmão Viana e Cláudia Corrêa do Nascimento.

Este relatório é pertinente ao Invólucro 1 - Análise Técnica do Envelope Nº 01, que apresentou em seu conteúdo 3 (três) propostas técnicas (vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária) das empresas que foram chamadas de Licitante 1, Licitante 2 e Licitante 3, para fins de julgamento e atribuição dos pontos.

Para realização do trabalho, foram elaboradas planilhas com as pontuações de cada membro da subcomissão para os quesitos de cada proposta (ANEXO 1) e planilha totalizadora da pontuação de quesitos e subquesitos (ANEXO 2).

Licitante 1 – Apresentou o mote: Prefeitura de Marabá. Construindo uma cidade de gente feliz. Todo dia.

Após avaliação individual dos membros da Subcomissão e totalização dos pontos por meio de média aritmética, a proposta recebeu 20,33 pontos, sendo automaticamente desclassificada por não alcançar pontuação mínima de 60 pontos, conforme estabelecido no Edital. Foram avaliados os seguintes item e subitens:

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta pontos), sendo:
 - a1.) Raciocínio Básico: 10 (dez pontos)
 - a2.) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte pontos)
 - a3.) Ideia Criativa: 30 (trinta pontos)
 - a4.) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez pontos)

A Licitante 1 mostrou desconhecimento da realidade local, informações incorretas na Estratégia de Comunicação Publicitária, citando a Prefeitura de Marabá como Governo do Estado do Tocantins. Na defesa, a licitante usou nomes de ruas que não existem, ideias rasas e com nenhuma possibilidade de

Three handwritten signatures in blue ink are located at the bottom right of the page. One is a large, stylized signature, and the other two are smaller, more legible signatures.

efetivação por gerar custos elevados de produção e execução, como, por exemplo, a inclusão no currículo escolar de um jogo de memória. Sabendo-se que a rede municipal de ensino tem 54 mil alunos e o jogo proposto é um kit com 40 cards, torna-se uma proposta inexecutável e que foge do briefing que solicita ações de publicidade de mídia e não-mídia. No subitem Estratégia de Mídia e Não Mídia, a Licitante 1 apresentou defesa confusa, em desacordo com a realidade local, em desacordo com os preços praticados pelo mercado, como, por exemplo, a quantidade excessiva de placas de outdoor, num cenário atual, onde a Prefeitura Municipal de Marabá, utiliza cada vez menos esse tipo de meio de comunicação. A Licitante apresentou uma proposta de layout para as peças mais adequado ao mercado de varejo, com iconografia mais característica do segmento do comércio e pouco presente na comunicação institucional de peças de propaganda institucional. A Licitante usou também o selo da Gestão atual incorreto, demonstrando falta de conhecimento e zelo.



Licitante 2 - Apresentou o mote: Marabá de cara nova. Cara de gente feliz.

Após avaliação individual dos membros da Subcomissão e totalização dos pontos por meio de média aritmética, a proposta recebeu 60,33 pontos, sendo automaticamente classificada por atingir e ultrapassar a pontuação mínima de 60 pontos, conforme estabelecido no Edital. Foram avaliados os seguintes item e subitens:

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta pontos), sendo:
 - a1.) Raciocínio Básico: 10 (dez pontos)
 - a2.) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte pontos)
 - a3.) Ideia Criativa: 30 (trinta pontos)
 - a4.) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez pontos)

A Licitante 2 demonstrou maior conhecimento do segmento propaganda institucional, com ideias adequadas e exequíveis. O raciocínio básico apresentado estava consistente, bem embasado. A estratégia de comunicação publicitária criada apontou caminhos criativos e com aderência ao que se pratica na comunicação institucional. A ideia criativa atendeu ao que foi solicitado no briefing. A estratégia de mídia e não mídia também atendeu ao solicitado apontando que a licitante tem expertise. O layout proposto foi considerado harmônico e de excelente qualidade técnica.

A licitante demonstrou diligência e zelo em sua apresentação, sendo julgada com boas notas. A única observação da Subcomissão em relação as peças propostas foi a ausência do uso da máscara nos personagens, uma vez que o cenário atual de combate e prevenção à COVID 19 obriga o município a ser um exemplo, a manter os seus habitantes informados por meio de campanhas

Several handwritten signatures and initials in blue ink are visible at the bottom right of the page, including a large 'X' mark and several cursive signatures.

educativas e reforçar em todas as oportunidades a necessidade da ação preventiva.



Licitante 3 - Apresentou o mote: Marabá cada dia mais feliz.

Após avaliação individual dos membros da Subcomissão e totalização dos pontos por meio de média aritmética, a proposta recebeu 68 pontos, sendo automaticamente classificada por atingir e ultrapassar a pontuação mínima de 60 pontos, conforme estabelecido no Edital. Foram avaliados os seguintes item e subitens:

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta pontos), sendo:
 - a1.) Raciocínio Básico: 10 (dez pontos)
 - a2.) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte pontos)
 - a3.) Ideia Criativa: 30 (trinta pontos)
 - a4.) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez pontos)

A Licitante 3 conseguiu transmitir com seu mote o que foi proposto no briefing, no Raciocínio básico demonstrou conhecimento da realidade local, assim como na defesa da Estratégia de mídia e não mídia. Um dos argumentos usados pela Licitante foi de investir mais nas peças de mídia que já fazem parte do mobiliário (veículos próprios) da Prefeitura, economizando verba de veiculação que pode ser remanejada para aplicar de outra forma.

A licitante apresentou zelo, clareza e diligência ao apresentar o raciocínio básico e a estratégia de comunicação, assim como as peças escolhidas para execução.

Outro item julgado como pertinente e com aderência ao cenário que o mundo se encontra de combate e prevenção à COVID 19, foi a proposta da agência de colocar máscaras em todos os personagens que aparecem no layout e para transmitir a ideia de felicidade, usar sobre a máscara traços que lembram a bandeira do município e remetem a um sorriso.

A utilização dos símbolos gráficos, da iconografia são ferramentas contemporâneas, coadunam com a linguagem da internet que ocupa cada vez mais espaço na mídia tradicional, comunicam a ideia com facilidade para todos os públicos. Levando em consideração que o briefing indica público-alvo de ampla faixa social, etária e de escolaridade, a ideia criativa contempla e traduz apenas com imagens, sem a necessidade da leitura, o tema da Campanha proposto no briefing que foi: uma cidade de gente feliz.

Four handwritten signatures in blue ink, arranged horizontally at the bottom of the page. The signatures are stylized and difficult to read.