

**2ª (SEGUNDA) ATA DE REUNIÃO – TOMADA DE PREÇOS N.º 04/2017
PROCESSO N.º 39/2017**

ATA DE REUNIÃO REALIZADA EM 08 DE NOVEMBRO DE 2017 PARA PROCLAMAÇÃO DO RESULTADO DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS COM A ABERTURA DO ENVELOPE “A” PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA, REFERENTE À TOMADA DE PREÇO N.º 04/2017 – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ESTUDO PLANEJAMENTO CONCEPÇÃO CRIAÇÃO EXECUÇÃO INTERNA INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE CAMPANHAS, ESSAS E MATERIAIS PUBLICITÁRIOS PARA OS MEIOS DIGITAIS E OFF-LINE ELABORAÇÃO D MARCAS, DE EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, DE LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL, PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E PRODUÇÃO, COM INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE AO DIREITO Á INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS OU INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL.

No dia oito de novembro de dois mil e dezessete, às 09h30min, na Prefeitura Municipal de Matos Costa – Departamento de Licitações, situado na Rua Manoel Lourenço de Araujo nº 137, Centro, reuniu-se a Subcomissão Técnica, constituída através do Decreto n.º 091/2017, com intuito de proceder ao julgamento da Licitação em epígrafe, mediante a observância dos procedimentos contidos no Edital e seus anexos de forma individualizada sendo que a sessão é reservada somente para a Subcomissão Técnica. **O envelope “A”** foi entregue pela Comissão de Licitação sendo que a Subcomissão Técnica observou que o mesmo não continha identificações no envelope e em todo seu conteúdo. Desse cotejo, evidencia-se que o julgamento foi realizado de forma individualizada, apurando-se o seguinte resultado:

Proposta A:

Quanto à metodologia, pontua-se que na proposta A, percebeu-se a falta de uma página ou de um texto introdutório na página 3, prejudicando a compreensão do texto. Desta forma, a proposta está desclassificada por não atender os requisitos estabelecidos no edital, que diz “8.8. Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou **falhas que impossibilitem** a sua compreensão e ainda cujas propostas técnicas apócrifas apresentem quaisquer sinais, marcas que permitam sua identificação”. Mesmo desclassificada a **proposta A**, os membros da comissão analisaram de maneira individual e atribuíram a média de pontuação final de 56 pontos, que segue que segue de forma detalhada abaixo:

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	Média de pontos da Subcomissão
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.	a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	5
	c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.	5
	SUBTOTAL	15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a	a) Adequação do conceito proposto a natureza, qualificações e problemas do	3

Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa\SC.	Município de Matos Costa/SC, conforme briefing.	
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC.	3
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3
SUBTOTAL		15

3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa\SC.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa\SC.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações	2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa\SC e sua inserção na sociedade Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas	2
	f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
SUBTOTAL		12
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	2
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa\SC.	3
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	3
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2
SUBTOTAL		14

Proposta B:

A análise da subcomissão em relação à proposta B, não percebeu problemas em relação à metodologia. Dificultou-se apenas a observação da fonte em função material julgado pela comissão estar impresso. Ainda destaca-se o julgamento ocorreu conforme o disposto no inciso 14 do artigo sexto da lei 12232/10.

A subcomissão pontuou como principais características da proposta B, os seguintes itens exigidos pelo edital:

2) Estratégia de Comunicação, apresentando maior riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus

públicos e adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC.

3) Idéia Criativa, no caso desta proposta, percebe-se contemplação dos objetivos propostos. Destaca-se nesse caso, a percepção de maior originalidade, a simplicidade da forma da qual se apresenta e a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

Os membros da subcomissão analisaram de maneira individual e atribuíram a média de pontuação final de 64,2, que segue de forma detalhada abaixo:

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	Média de pontos da Subcomissão
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.	a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	5
	c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.	5
	SUBTOTAL	15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa/SC.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing.	3
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	4
	d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC.	4
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3
	SUBTOTAL	17
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa/SC.	2,4
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa/SC.	2,4
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações	2,4
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa/SC e sua inserção na sociedade Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas	4
	f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	4
SUBTOTAL	19,2	
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	2
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2

Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa\SC.	3
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2
SUBTOTAL		13

Proposta C:

A análise da subcomissão em relação à proposta C, não percebeu problemas em relação à metodologia. Dificultou-se apenas a observação da fonte em função material julgado pela comissão estar impresso. Ainda destaca-se o julgamento ocorreu conforme o disposto no inciso 14 do artigo sexto da lei 12232/10.

A subcomissão pontuou como principais características da proposta C, os seguintes itens exigidos pelo edital: 1) Raciocínio Básico, referente as características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos e do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.

Os membros da subcomissão analisaram de maneira individual e atribuíram a média de pontuação final de 55 pontos, que segue de forma detalhada abaixo:

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	Média de pontos da Subcomissão
1) Raciocínio Básico - PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.	a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	5
	c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.	5
	SUBTOTAL	
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa\SC.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing.	3
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC.	3
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3
SUBTOTAL		15
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa\SC.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de	2

Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	Matos Costa\SC.	
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações	2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa\SC e sua inserção na sociedade Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas	2
	f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
SUBTOTAL		12
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	2
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa\SC.	3
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2
SUBTOTAL		13

Ainda destaca-se o julgamento ocorreu conforme o disposto no inciso 14 do artigo sexto da lei 12232/10. Conforme consta na Ata nº 01/2017 a Subcomissão Técnica decide por designar o dia 14 de novembro as 08:00 hs para prosseguimento e julgamento do Envelope "C", que encontra-se de posse da Comissão Permanente de Licitação. Foram entregues a Comissão de Licitação o Envelope "A" (via não identificada) e a Ata nº 1 e 2. Nada mais havendo encerra-se a sessão, que segue assinada pelos presentes.

JOÃO BATISTA FERREIRA DOS SANTOS – JORNALISTA-

JUCIELE MARTA BALDISSARELLI – JORNALISTA-

JOSÉ CARLOS SZCZOTKA – PUBLICIDADE E PROPAGANDA-

GIOVANI OLDAIR SCHEFFER – GESTÃO DE MARKETING-