

Processo de Licitação 023/2019

Concorrência N° 01/2019

Ata das Reuniões da Subcomissão Técnica de Licitação

Entre os dias 13 e 25 de junho de 2019, a Subcomissão Técnica de Licitação da Câmara Municipal de Contagem, constituída por João Batista Villalba, Alessandra Taveira Paiva e Érica Cristina Pereira Lima de Souza, abaixo assinados, reuniu-se em sala de reunião (cedida pelo primeiro secretário da Mesa Diretora), à Praça São Gonçalo, nº 18, Centro / Contagem, para as seguintes deliberações:

- 1 – Análise detalhada do Edital e dos quesitos de avaliações técnicas nele estipulados;
- 2 – Análise do invólucro I do Edital, num total de 4 (quatro) propostas concorrentes.

Da análise pertinente ao invólucro I, devidamente lacrados e identificados, apresentados por cada uma das 4 (quatro) concorrentes, resultou em uma tabela de notas decorrentes de uma média aritmética das notas distribuídas por cada um dos 3 (três) integrantes da subcomissão técnica, relativa aos quesitos e à distribuição de pontos estipulada em Edital, a saber:

- 1 – Raciocínio básico – pontuação máxima de 15 (quinze) pontos;
- 2 – Estratégia de comunicação publicitária – pontuação máxima de 25 (vinte e cinco) pontos;
- 3 – Ideia criativa - pontuação máxima de 25 (vinte e cinco) pontos;
- 4 – Estratégias de mídia e não mídia – pontuação máxima de 15 (quinze) pontos.

A fim de dar ciência às competidoras acerca das notas e dos comentários técnicos atribuídos às suas respectivas propostas pela Subcomissão Técnica de Licitação, nem como assegurar o amplo acesso à informação a quem possa interessar em se tratando de objeto da presente licitação de concorrência pública para a contratação de agência de publicidade, seguem abaixo as tabelas de notas e o comentário da Subcomissão Técnica, a saber:

Invólucro I – Proposta 01/04

Campanha: “Em Contagem, Câmara começa com ‘C’ de Compromisso...”						
Quesito	Pontuação Máxima	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Pontuação Final	Média Final
Raciocínio básico	15 pontos	12	12	11,5	35,5	11,8333
Estratégia de comunicação publicitária	25 pontos	17	18	18,95	53,95	17,98333
Ideia criativa	25 pontos	17,5	16,8	17,8	52,1	17,3666
Estratégias de mídia e não mídia	15 pontos	11,5	11,5	12,1	35,1	11,7
Média final da licitante do invólucro I = 58,88						

Raciocínio básico: Faltaram dados a respeito do papel da Câmara, as especificidades do Poder Legislativo, não cumprindo assim com as diretrizes do brieffing.

Estratégia de comunicação: Aborda o caráter institucional, sendo uma espécie de propaganda, do que desenvolve uma estratégia de aproximação do cidadão com a Câmara.

Ideia criativa: Não aprofundaram o problema central e não destacam o papel do Legislativo.

Estratégias de mídia e não mídia: Ficou dentro dos padrões, e do que já é executado pela Comunicação atual, podendo ser utilizada em qualquer empresa, não levando em conta as particularidades da Câmara.

Invólucro I- Proposta 03/04

Campanha: "O papel do vereador"						
Quesito	Pontuação Máxima	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Pontuação Final	Média Final
Raciocínio básico	15 pontos	14,5	14	14	42,5	14,1666
Estratégia de comunicação publicitária	25 pontos	23,5	21,3	22,1	66,9	22,3
Ideia criativa	25 pontos	23	21,2	21,7	65,9	21,9666
Estratégias de mídia e não mídia	15 pontos	14,8	13,5	15	43,3	14,4333
Média final da licitante do invólucro III = 72,866						

Raciocínio básico: Cumpriu exatamente o proposto no briefing, podendo aprofundar mais nas ações do Legislativo.

Estratégia de comunicação: Bem objetivo, abordando o papel do vereador e como aproximar o cidadão da Câmara.

Ideia criativa: Focou exatamente na participação popular – o foco da Câmara atualmente – e nas atribuições do vereador

Estratégias de mídia e não mídia: Inovou com aplicativo, web série no youtube, Totem, ações no espaço interno, cinema, sem deixar de lado as estratégias já utilizadas.

Invólucro I – Proposta 04/04

Campanha: “Participe da Escola do Legislativo e Ganhe 10 em Cidadania”						
Quesito	Pontuação Máxima	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Pontuação Final	Média Final
Raciocínio básico	15 pontos	11	12	11,3	34,3	11,4333
Estratégia de comunicação publicitária	25 pontos	12,5	15	14,1	41,6	13,8666
Ideia criativa	25 pontos	13	15,5	14,8	43,3	14,4333
Estratégias de mídia e não mídia	15 pontos	9	10	10,8	29,8	9,9333
Média final da licitante do invólucro IV = 49,67						

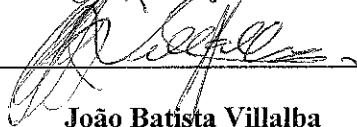
Raciocínio básico: Não abordou o tema por completo, focando apenas na Escola do Legislativo.

Estratégia de comunicação: Inadequação ao tema e aos conceitos propostos. A Escola é um dos braços da Câmara, não o foco principal do briefing.

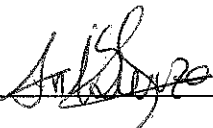
Ideia criativa: Focou apenas na Escola do Legislativo, não abordando o problema central: função do legislativo e aproximação do cidadão.

Estratégias de mídia e não mídia: Não inovou e se ateve ao que já é realizado pela Comunicação da Câmara.

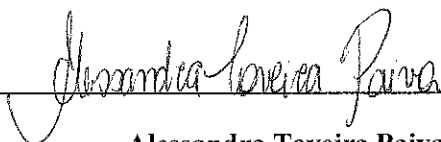
Contagem, 25 de junho de 2019.



João Batista Villalba
Integrante Externo da Subcomissão Técnica de Licitação da
Câmara Municipal de Contagem



Erica Cristina Pereira Lima de Souza
Integrante Interno da Subcomissão Técnica de Licitação da
Câmara Municipal de Contagem



Alessandra Taveira Paiva
Integrante Interno da Subcomissão Técnica de Licitação da
Câmara Municipal de Contagem