



# CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ATA DA REUNIÃO DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO (CPL) RELATIVA À CC Nº 001/2022 - PAC Nº 049/2022.

Aos 26 (vinte e seis) dias do mês de dezembro do ano de 2022 (dois mil e vinte dois), a partir das **09h00min**, no Plenarinho da Câmara Municipal de Contagem, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação - CPL, composta dos seguintes membros, sob a Presidência do primeiro, nomeados pela Portaria n.º 015 de 23 de setembro de 2022, Sra. Carina Gil dos Santos, Milton Soares, Mírian Rosa de Souza, abaixo assinados, para **APURAÇÃO DO RESULTADO GERAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS** (invólucros 1 e 3) apresentadas no âmbito da CONCORRÊNCIA Nº 01/2022, cujo objeto é **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE/PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING, VISANDO O PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS DE CARÁTER INFORMATIVO, EDUCATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL DE INTERESSE DA CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM, PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES A CONTAR DA DATA DE ASSINATURA DO CONTRATO, CONFORME ESPECIFICAÇÕES PRESENTES NO TERMO DE REFERÊNCIA.**, Iniciando os trabalhos, foram colhidas em lista de presença as assinaturas de todas as pessoas presentes nesta reunião. Informou a Presidente da CPL que, ao verificar a lista supracitada, não foi constatada a presença nesta reunião de nenhum dos membros da Subcomissão Técnica, cujos nomes nos termos da Portaria 018/2022. Ato contínuo, a seguir, foram confirmados pela CPL os nomes dos representantes credenciados presentes das licitantes, registrando-se os seguintes representantes e empresas:

EMPRESA	CNPJ	REP. CREDENCIADO	CPF
AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	11.129.166/0001-29	Ângelo Roberto Souza Cruz	061.580.426-84
I4 COMUNICAÇÃO EIRELI	08.414.417/0001-02	Filipe Dias Rosa	095.380.516-61

Comunicou a Presidente da CPL que a Subcomissão Técnica concluiu seus trabalhos, tendo enviado à Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Contagem as atas de julgamento dos itens e quesitos, bem como as planilhas com as pontuações e as justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso, documentos estes que foram rubricados pelos membros da CPL e da Comissão de Representantes. Em conformidade com as regras definidas no edital do certame, sem qualquer alteração das notas dadas pelos membros da Subcomissão Técnica, preservando rigorosamente todas as notas dadas pela Subcomissão Técnica para os itens de cada quesito. Os documentos elaborados pela Subcomissão Técnica integram esta ATA e serão disponibilizados no site da CMC e anexados aos autos, ficando disponíveis aos interessados para consulta. Assim, tendo em vista as informações recebidas da Subcomissão Técnica, informou a Presidente da CPL que daria início à abertura dos **INVÓLUCROS 2 (PROPOSTA TÉCNICA: VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA)**, a fim de se promover a comparação entre essas vias identificadas e as vias não identificadas (**INVÓLUCROS 1**) do Plano, para identificação de sua autoria, de maneira a permitir o cálculo da Pontuação Técnica e da Nota Técnica de cada licitante classificada, na forma definida no ANEXO do Projeto Básico do edital (critérios de julgamento das propostas). Após a verificação do lacre dos **INVÓLUCROS 2** pelos membros da CPL e pelos representantes credenciados, foram os mesmos abertos um a um. Isso se deu sob o seguinte procedimento: cada invólucro aberto teve seu conteúdo rubricado sucessivamente por membros da CPL. Depois, o mesmo se deu com



# CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

cada membro da Comissão de Representantes. Procedeu a CPL, ato contínuo, ao cotejo entre as vias identificadas e as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, tendo sido identificada a autoria dos referidos Planos conforme QUADRO I seguinte:

ORDEM	LICITANTE	NOTA TÉCNICA
1ª	I4 COMUNICAÇÃO EIRELI	95,00
2ª	AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.	63,56

Informou a presidente da CLP que está em aberto o prazo recursal da presente sessão e que fica agendado para o dia **04 (quatro) de janeiro de 2023 (dois mil e vinte e três) - 04/01/2023** a abertura dos **INVÓLUCROS N° 4 - PROPOSTAS DE PREÇO**, e que o resultado será publicado por meio de aviso no Diário Oficial de Contagem e no site da Câmara Municipal de Contagem, oportunizando a todos o conhecimento, do qual correrá o prazo recursal. Nada mais havendo a ser tratado, encerrou-se a presente reunião, determinando-se a lavratura da presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pela Comissão. Contagem/MG, 26 de dezembro de 2022.

**CARINA GIL DOS SANTOS**  
Presidente da CPL

**MILTON SOARES**  
Membro da CPL

**MIRIAN SOUZA**  
Membro da CPL

EMPRESAS PRESENTES ATÉ A ASSINATURA DA ATA:

AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.  
Representante: Ângelo Roberto Souza Cruz

I4 COMUNICAÇÃO EIRELI  
Representante: Filipe Dias Rosa





# CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

## PRIMEIRA ATA DE JULGAMENTO TÉCNICO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

CONCORRÊNCIA 001/2022

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 049/2022

LOCAL: PLENARINHO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

Ao dia 15 (quinze) do mês de dezembro do ano de 2022 (dois mil e vinte dois), às 09h:00min (nove horas), na sala do Plenarinho, localizada no prédio da Câmara Municipal de Contagem, situada na Praça São Gonçalo, 18 - Centro - Contagem, reuniu-se a Subcomissão Técnica, designada através de Portaria nº 018/2022, os seguintes membros: GUILHERME GILLIARD MENDES CRUZ, KELLY CRISTINA GONÇALVES e PALOMA APARECIDA SILVA RESENDE para proceder a análise julgamento das propostas técnicas para a licitação CONCORRÊNCIA nº 01/2022, cujo o objeto é CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE/PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING, VISANDO O PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS DE CARÁTER INFORMATIVO, EDUCATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL DE INTERESSE DA CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM, PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES A CONTAR DA DATA DE ASSINATURA DO CONTRATO, CONFORME ESPECIFICAÇÕES PRESENTES NO TERMO DE REFERÊNCIA. Às 09h:30min (nove horas e trinta minutos) a Subcomissão Técnica recebeu das mãos da presidente da Comissão Permanente de Licitação, 02 (dois) envelopes padronizados contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária. A Subcomissão estabelece de comum acordo a forma de codificação do Plano de Comunicação Publicitária, identificando-o com o número 01 e número 02, para facilitar o lançamento da pontuação. Antes da análise e julgamento propriamente ditos, foram adotados os seguintes procedimentos pela Subcomissão: discussão sobre a dinâmica do trabalho; leitura da ata da Comissão Permanente de Licitação relativa ao recebimento das Propostas Técnica; leitura e discussão do Briefing e leitura dos dispositivos do Edital pertinentes à apresentação, análise e julgamento das Propostas Técnicas. Em sua primeira reunião, a Subcomissão Técnica discutiu e aprovou sua metodologia de trabalho, elaborou planilha de avaliação individual por membro, considerando os quesitos e respectivas pontuações do Plano de Comunicação Publicitária, que totalizam **70**



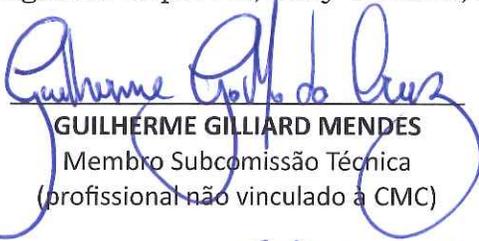
# CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

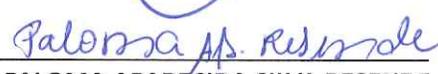
**(setenta) pontos**, no máximo. Os referidos quesitos são: RACIOCÍNIO BÁSICO (máximo e 25 pontos), ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (máximo de 15 pontos), IDÉIA CRIATIVA (máximo de 20 pontos) e ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (máximo de 10 pontos). As alíneas de cada um desses quesitos previstos no item 5.3 do Termo de Referência anexo ao Edital são os subquesitos avaliados. Como metodologia de trabalho, procedeu-se à leitura de cada proposta por um membro da Subcomissão, iniciando pelo Raciocínio Básico e finalizando pela Estratégia de mídia e não mídia, 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, os trabalhos foram sequenciados com a leitura da Estratégia de Mídia e Não Mídia e posterior avaliação e atribuição de notas. Uma vez finalizado o julgamento das concorrentes foi preenchida a planilha com as notas e respectivas justificativas. As propostas analisadas e julgadas apresentaram as seguintes pontuações em ordem decrescente de classificação:

CÓDIGO DA EMPRESA	PONTUAÇÃO	PERCENTUAL
1	40,33	58%
2	67	96%

Por fim, a Subcomissão junta, a esta Ata, a planilha de classificação das empresas, cuja a média aritmética teve por base a avaliação individual de cada um dos membros para cada concorrente, quesitos e subquesitos, bem como a fundamentação do julgamento específico de cada agência e, ainda, os invólucros de nº 1 e nº 2 etiquetados para integrar o processo. Os trabalhos desta etapa foram encerrados às 16h (dezesseis horas). A Subcomissão concluiu a sessão com o agendamento para o **dia 16/12/2022**, às **09h:00min** da próxima reunião, para proceder a avaliação da segunda etapa. Eu, Kelly Cristina, lavrei essa ATA, que será assinada por todos.

  
GUILHERME GILLIARD MENDES  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional não vinculado à CMC)

  
KELLY CRISTINA GONÇALVES  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional vinculado à CMC)

  
PALOMA APARECIDA SILVA RESENDE  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional vinculado à CMC)

**AGÊNCIA 1**  
**CAMPANHA: CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM 110 ANOS. CIDADANIA AQUI É LEI.**

QUESTO 1 - Plano de Comunicação Publicitário Subquesto 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	Pontuação máxima de cada questão	GUILHERME	KELLY	PALOMA
Acuidade de compreensão das funções e do papel da CMC Municipal de Contagem nos contextos social, político e econômico	5	03 JUSTIFICATIVA: Conceito de superficialidade e lugar comum da proposta.	03 JUSTIFICATIVA: O papel da CMC foi apresentado de maneira superficial, não houve aprofundamento sobre a proposta.	03 JUSTIFICATIVA: Não cumprimento do proposto no Briefing
		02 JUSTIFICATIVA: A proposta é fragil, no sentido de promover o estreitamento da relação CMC e público.	03 JUSTIFICATIVA: Não cumpriu o que foi proposto pelo requisito	
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMC Municipal deContagem com seus públicos	5	03 JUSTIFICATIVA: Não houve desenvolvimento satisfatório do que foi solicitado	04 JUSTIFICATIVA: Não houve desenvolvimento satisfatório das características da CMC e de suas atividades.	04 JUSTIFICATIVA: Não houve desenvolvimento satisfatório das características da CMC e das suas atividades
		05 JUSTIFICATIVA: Não houve desenvolvimento satisfatório das características da CMC e das suas atividades	04 JUSTIFICATIVA: Não atingiu o objetivo, uma vez que a proposta apresentada não apresenta soluções inovadoras e que facilitem a relação entre a CMC e seu público.	
Das características da CMC Municipal de Contagem e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	8	04 JUSTIFICATIVA: Linha Argumentativa da campanha ficou aquém do proposto	04 JUSTIFICATIVA: Linha argumentativa da campanha ficou aquém do proposto	04 JUSTIFICATIVA: Linha argumentativa da campanha ficou aquém do proposto
		04 JUSTIFICATIVA: Linha Argumentativa da campanha ficou aquém do proposto	04 JUSTIFICATIVA: Linha argumentativa da campanha ficou aquém do proposto	
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>14</b>

**AGÊNCIA 1**  
**CAMPANHA: CÂMARA DE CONTAGEM 110 ANOS. CIDADANIA AQUI É LEI**

QUESTO 1 - Plano de Comunicação Publicitário Subquestio 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Pontuação máxima de cada questio	AGÊNCIA 1		
		GUILHERME	KELLY	PALOMA
O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível	5	03 JUSTIFICATIVA: Dada a superficialidade da estratégia narrativa apresentada pelo material, subentende-se que não houve compreensão satisfatória do Briefing	02 JUSTIFICATIVA: Faltou consistência, pois foram trabalhadas estratégias que a instituição já aplica, sem novidade.	03 JUSTIFICATIVA: Faltou criatividade, tendo em vista que as ações propostas repetem a que a instituição já utiliza
		03 JUSTIFICATIVA: Não houve adequação satisfatória dos conceitos e das linhas de comunicação, o que dificultou os desdobramento positivo da CMC	02 JUSTIFICATIVA: Não houve adequação satisfatória dos conceitos e das linhas de comunicação, o que dificultou os desdobramento positivo da CMC	02 JUSTIFICATIVA: Não houve adequação satisfatória dos conceitos e das linhas de comunicação, o que dificultou os desdobramento positivo da CMC
		03 JUSTIFICATIVA: Não houve consistência razoável ao que foi demandado pelo Briefing	06 JUSTIFICATIVA: Maior necessidade de consistência a argumentação	06 JUSTIFICATIVA: Não houve consistência lógica e faltou pertinência na estratégia de comunicação
A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da CMC Municipal de Contagem com seus diversos públicos	5			
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação	5			
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>09</b>	<b>06</b>	<b>06</b>

**AGÊNCIA 1**  
**CAMPANHA: CÂMARA DE CONTAGEM 110 ANOS. CIDADANIA AQUI É LEI**

QUESTÃO 1 - Plano de Comunicação Publicitário Subquestão 3 - IDEIA CRIATIVA	Pontuação máxima de cada questão	AGÊNCIA 1		
		GUILHERME	KELLY	PALOMA
A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação	5	03 JUSTIFICATIVA: Desenvolvimento aquém dos desafios propostos	02 JUSTIFICATIVA: Falta de criatividade e adequação das peças à reais nuances de Contagem.	02 JUSTIFICATIVA: Falta de criatividade e adequação das peças
		03 JUSTIFICATIVA: Linha de raciocínio mediano, não atendendo a comunicação e pertinência da atividade da CMC, bem como, sua inserção na sociedade	02 JUSTIFICATIVA: As atividades não são demonstradas de forma clara e não provoca nenhum sentimento de proximidade com a Casa Legislativa.	02 JUSTIFICATIVA: As atividades não são demonstradas de forma clara e não apresenta nenhuma inovação.
		03 JUSTIFICATIVA: Os tons "escuro" deixa a peça fria e pouco atraente, não chamando a atenção do público e trazendo dificuldade de aceitação por eles.	02 JUSTIFICATIVA: Faltou criatividade, peças ficaram no lugar comum. Necessário entender melhor o cenário e os anseios da população	02 JUSTIFICATIVA: Faltou criatividade. Peças não despertam interesse no público alvo
A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas	5	05 JUSTIFICATIVA: Houve compatibilidade da linguagem aos meios propostos	05 JUSTIFICATIVA: Houve compatibilidade da linguagem aos meios propostos	04 JUSTIFICATIVA: Houve compatibilidade da linguagem, mas poderia ser melhor trabalhado
		A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos		
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>12</b>

**AGÊNCIA 1**  
**CAMPANHA: CÂMARA DE CONTAGEM 110 ANOS. CIDADANIA AQUI É LEI**

QUESTO 1 - Plano de Comunicação Publicitário Subquesto 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	Pontuação máxima de cada questio	GUILHERME			KELLY			PALOMA		
		1,5	01	1,5	01	06	04	01	6,5	
A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios	3	JUSTIFICATIVA: Faltou criatividade na articulação da estratégia e da escolha dos meios	JUSTIFICATIVA: A escolha dos meios foi satisfatória, com ressalva para a escolha de apenas um jornal "Diário do Comércio" e de apenas uma emissora de TV "Globo"	JUSTIFICATIVA: Faltou criatividade na articulação da estratégia e da escolha dos meios						
		01	01	01						
		JUSTIFICATIVA: Não houve demonstração do conhecimento sobre os atos de consumo de informação, o que impacta negativamente na capacidade analítica nesse exame de hábitos	JUSTIFICATIVA: Necessidade de aprofundamento à respeito dos hábitos de consumo do público-alvo.	JUSTIFICATIVA: Poderia ter estudado melhor os hábitos de consumo no intuito de ter melhores resultados.						
O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos	3									
		04	04	04						
		JUSTIFICATIVA: Demonstração de equilíbrio na aplicação da verba de mídia na simulação apresentada	JUSTIFICATIVA: Demonstrou com êxito equilíbrio na aplicação da verba de mídia na simulação apresentada	JUSTIFICATIVA: Demonstração de equilíbrio na aplicação da verba de mídia na simulação apresentada						
A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças	4									
		04	04	04						
		JUSTIFICATIVA: Demonstração de equilíbrio na aplicação da verba de mídia na simulação apresentada	JUSTIFICATIVA: Demonstrou com êxito equilíbrio na aplicação da verba de mídia na simulação apresentada	JUSTIFICATIVA: Demonstração de equilíbrio na aplicação da verba de mídia na simulação apresentada						
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>6,5</b>			<b>06</b>			<b>6,5</b>		

**AGÊNCIA 2**  
**Campanha: VOU TE CONTAR**





QUESTÃO 1 – Plano de Comunicação Publicitário Subquesto 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO	Pontuação máxima de cada questão	GUILHERME	KELLY	PALOMA
Acuidade de compreensão das funções e do papel da CMC Municipal de Contagem nos contextos social, político e econômico	5	5	4	4
		JUSTIFICATIVA: A campanha conseguiu reunir elementos satisfatórios sobre o papel do legislativo municipal, sobre sua participação no contexto socioeconômico da população.	JUSTIFICATIVA: Suficiente na apresentação da CMC e seus contextos.	JUSTIFICATIVA: A campanha conseguiu reunir elementos satisfatórios sobre o papel do legislativo municipal, sobre sua participação no contexto socioeconômico da população
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMC Municipal de Contagem com seus públicos	5	5	4	5
		JUSTIFICATIVA: A campanha foi eficiente na demonstração de como as ações do legislativo municipal impactam na vida das pessoas.	JUSTIFICATIVA: Atende aos requisitos demandados pelo briefing	JUSTIFICATIVA: Atende aos requisitos demandados pelo briefing
Das características da CMC Municipal de Contagem e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	8	7	7	8
		JUSTIFICATIVA: A campanha conseguiu elencar e apresentar dados e demais elementos próprios e inerentes à identidade da CMC	JUSTIFICATIVA: Houve desenvolvimento satisfatório das características da CMC e das suas atividades.	JUSTIFICATIVA: Houve desenvolvimento satisfatório das características da CMC e das suas atividades.
O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação postos pelo briefing	7	6	7	6
		JUSTIFICATIVA: A apresentação elaborada oferece as respostas aos desafios de comunicação elencados pelo briefing	JUSTIFICATIVA: Atende as expectativas e está pertinente com o que foi solicitado.	JUSTIFICATIVA: Houve demonstração satisfatória da compreensão dos problemas e objetivos apontados pelo briefing
<b>TOTAL</b>		<b>23</b>	<b>22</b>	<b>24</b>



**AGÊNCIA 2**  
**CAMPANHA: VOU TE CONTAR**

QUESTÃO 1 - Plano de Comunicação Publicitário Subquestão 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Pontuação máxima de cada questão	GUILHERME	KELLY	PALOMA
O entendimento das questões, a capacidade de articular o desafio de comunicação, a cobertura dos públicos-alvo, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível	5	05 Ficou demonstrado na campanha boa capacidade de articulação dos desafios de comunicação, com justa harmonia da cobertura do público-alvo.	05 A campanha atende os objetivos definidos pelo briefing, assim com a verba definida.	05 A capacidade de articulação foi satisfatória, atendendo a verba disponível e os objetivos propostos no briefing
A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da GMC Municipal de Contagem com seus diversos públicos	5	04 Houve boa adaptação dos conceitos e da linha de comunicação, deixando claro os desdobramentos positivos a imagem institucional do legislativo de Contagem	05 Campanha clara, leve e que desperta o sentimento de pertencimento na população, facilitando a identificação com seus elementos e proximidade com o público.	05 Adequação totalmente satisfatória.
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada na estratégia de comunicação	5	05 A campanha desenvolvida apresenta coerência e se alinha de forma satisfatória à estratégia de comunicação.	05 Idem ao ítem acima	05 A campanha desenvolvida apresenta coerência e se alinha de forma satisfatória à estratégia de comunicação.
<b>TOTAL</b>		<b>14</b>	<b>15</b>	<b>15</b>






**AGÊNCIA 2**  
**CAMPANHA: VOU TE CONTAR**




QUESTO 1 – Plano de Comunicação PublicitárioSubquesto 3 - IDEIA CRIATIVA	Pontuação máxima de cada questio	GUILHERME	KELLY	PALOMA
A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação	5	JUSTIFICATIVA: A campanha apresentada conseguiu sair do lugar-comum e apresentar uma clara relação de causa e efeito das ações propostas na estratégia de comunicação.	JUSTIFICATIVA: A campanha apresentada conseguiu sair do lugar-comum e apresentar uma clara relação de causa e efeito das ações propostas na estratégia de comunicação.	JUSTIFICATIVA: A campanha apresentada conseguiu sair do lugar-comum e apresentar uma clara relação de causa e efeito das ações propostas na estratégia de comunicação.
		5	5	5
		JUSTIFICATIVA: Houve boa conformidade da campanha às atividades desenvolvidas pelo legislativo de Contagem, bem como da inserção das suas atividades no dia a dia das pessoas.	JUSTIFICATIVA: A campanha mostra o papel do legislativo de Contagem em vários aspectos com embasamento e referências locais.	JUSTIFICATIVA: Pertinência satisfatória da campanha em relação às atividades desenvolvidas pela CMC de Contagem.
Sua pertinência às atividades da CMC Municipal de Contagem e à sua inserção nasociedade	5	5	5	4
		JUSTIFICATIVA: A campanha trouxe um conjunto de peças muito bem elaboradas, com imagens que remetem ao próprio legislativo municipal e locais conhecidos da população de Contagem.	JUSTIFICATIVA: Peças bonitas, com cores vivas, que despertam o olhar. As cores usadas também dar vida e garantem visibilidade das peças.	JUSTIFICATIVA: As peças da campanha foram muito bem trabalhadas, com cores que despertam o interesse do público-alvo.
		5	5	5
A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas	5	JUSTIFICATIVA: Houve compatibilidade da linguagem aos meios propostos	JUSTIFICATIVA: Satisfatório e compatível	JUSTIFICATIVA: Houve compatibilidade da linguagem aos meios propostos
		5	5	5
		5	5	5
A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos	5	5	5	5
<b>TOTAL</b>		<b>20</b>	<b>20</b>	<b>19</b>



AGÊNCIA 2  
 CAMPANHA: VOU TE CONTAR

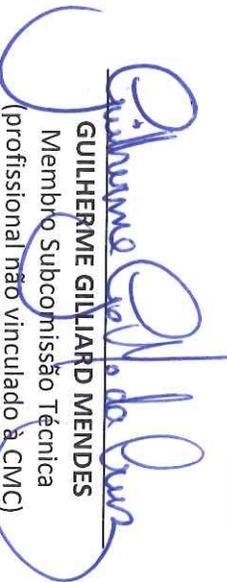
QUESTO 1 - Plano de Comunicação Publicitário	Pontuação máxima de cada quesito	GUILHERME	KELLY	PALOMA
Subquesto 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	3	3	3	3
		JUSTIFICATIVA: A campanha proposta faz boa articulação dos meios de comunicação pelos quais serão feitas as divulgações, e demonstrou boa criatividade na elaboração das peças.	JUSTIFICATIVA: Cumpre com o solicitado	JUSTIFICATIVA: Criatividade e conhecimento satisfatório com o que estabelecido pelo briefing.
O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos	3	3	3	3
		JUSTIFICATIVA: Boa demonstração de repertório de hábitos de consumo de mídia dos moradores da cidade.	JUSTIFICATIVA: Cumpre com o solicitado	JUSTIFICATIVA: Houve boa demonstração de conhecimento sobre os hábitos e consumo de mídia da população, o que impacta positivamente nesse exame de hábitos.
A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado redistribuição das peças	4	4	3	3
		JUSTIFICATIVA: Demonstração de equilíbrio na aplicação da verba de mídia na simulação apresentada	JUSTIFICATIVA: Cumpre com o solicitado, com ressalvas de que podia ter explorado mais mídias	JUSTIFICATIVA: Demonstração de equilíbrio na aplicação da verba de mídia na simulação apresentada. Uma única ressalva é sobre o planejamento de rádio.
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>09</b>	<b>09</b>

**PONTUAÇÃO FINAL**

**VIA NÃO IDENTIFICADA**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

QUESTITOS	PONTOS	AGÊNCIA 01	AGÊNCIA 02
<b>1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>	<b>70</b>	<b>40,33</b>	<b>67</b>
1.1. Raciocínio Básico	25	14	23
1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária	15	7	14,67
1.3. Ideia Criativa	20	13	20
1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	6,33	9,33
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL</b>	<b>70%</b>	<b>58%</b>	<b>96%</b>

  
**GUILHERME GILLIARD MENDES**  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional não vinculado à CMC)

  
**KELLY CRISTINA GONÇALVES**  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional vinculado à CMC)

  
**PALOMA APARECIDA SILVA RESENDE**  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional vinculado à CMC)







**CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM**  
ESTADO DE MINAS GERAIS

**SEGUNDA ATA DE JULGAMENTO TÉCNICO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**  
**CONCORRÊNCIA 001/2022**  
**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 049/2022**  
**LOCAL: PLENARINHO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM**

Ao dia 16 (dezesesseis) do mês de dezembro do ano de 2022 (dois mil e vinte dois), às 09h:00min (nove horas), na sala do Plenarinho, localizada no prédio da Câmara Municipal de Contagem, situada na Praça São Gonçalo, 18 - Centro - Contagem, reuniu-se a Subcomissão Técnica, designada através de Portaria nº 018/2022, os seguintes membros: GUILHERME GILLIARD MENDES CRUZ, KELLY CRISTINA GONÇALVES e PALOMA APARECIDA SILVA RESENDE para proceder a análise julgamento das propostas técnicas para a licitação CONCORRÊNCIA nº 01/2022, cujo o objeto é CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE/PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING, VISANDO O PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS DE CARÁTER INFORMATIVO, EDUCATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL DE INTERESSE DA CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM, PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES A CONTAR DA DATA DE ASSINATURA DO CONTRATO, CONFORME ESPECIFICAÇÕES PRESENTES NO TERMO DE REFERÊNCIA. Antes da análise e julgamento propriamente ditos, foram adotados os seguintes procedimentos pela Subcomissão: discussão sobre a dinâmica do trabalho; leitura da ata da Comissão Permanente de Licitação relativa ao recebimento das Propostas Técnica e de Preço; leitura e discussão do Briefing e leitura dos dispositivos do Edital pertinentes à apresentação, análise e julgamento das Propostas Técnicas. Em sua segunda reunião, a Subcomissão Técnica discutiu e aprovou sua metodologia de trabalho, elaborou planilha de avaliação individual por membro, considerando os quesitos e respectivas pontuações do CONJUNTO DE INFORMAÇÕES,



**CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM**  
ESTADO DE MINAS GERAIS

que totalizam **30 (trinta) pontos**, no máximo. Os referidos quesitos são: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (máximo de 15 pontos), REPERTÓRIO (máximo de 07 pontos), SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (máximo de 08 pontos). As alíneas de cada um desses quesitos previstos no item 5.4 do Termo de Referência anexo ao Edital são os subquesitos avaliados. Às 09h:30min (nove horas e trinta minutos) a Subcomissão Técnica recebeu das mãos da presidenta da Comissão Permanente de Licitação, 02 (dois) envelopes identificados como **INVÓLUCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**. A Subcomissão estabeleceu a metodologia de trabalho, procedeu-se a leitura de cada proposta por um membro da Subcomissão, iniciando pela Capacidade de Atendimento e finalizando pela Soluções de Problema de Comunicação, acompanhada pela apresentação e avaliação das peças da campanha destinadas à mídia impressa e das peças eletrônicas, que foram apresentadas por ambas licitantes em CD. Uma vez finalizado o julgamento das concorrentes foi preenchida a planilha com as notas e respectivas justificativas. As propostas analisadas e julgadas apresentaram as seguintes pontuações:

LICITANTE	PONTUAÇÃO	PERCENTUAL (%)
AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	23,23	78%
I4 COMUNICAÇÃO EIRELI	28	93%

Por fim, a Subcomissão junta, a esta Ata, a planilha de classificação das licitantes, cuja a pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica, e, a pontuação de cada licitante corresponderá à soma da média dos pontos dos quesitos, bem como a fundamentação do julgamento específico de cada agências e, ainda, os invólucros identificados pelas licitantes, para integrar o processo. Os trabalhos desta etapa foram encerrados às 14h (quatorze horas). Eu, Kelly Cristina, lavrei essa ATA, que será assinada por todos.

**INVÓLCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES  
AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**

QUESTÃO 2 - Conjunto de Informações Subquesto 1 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Pontuação máxima de cada questão	Guilherme		Kelly	Paloma
Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da CMC Municipal de Contagem	5	4	4	4	
		JUSTIFICATIVA: Apresentação básica, atendendo exclusivamente ao que foi solicitado pelo edital.	JUSTIFICATIVA: Apresentação básica, atendendo exclusivamente ao que foi solicitado pelo edital.	JUSTIFICATIVA: O Staff da agência apresenta boa experiência de mercado, mas na apresentação sentimos falta de alguns elementos gráficos.	
As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da contapublicitária a ser atendida	5	5	4,5	5	
		JUSTIFICATIVA: A estrutura apresentada atende satisfatoriamente a demanda da CMC Municipal de Contagem.	JUSTIFICATIVA: A estrutura apresentada atende satisfatoriamente a demanda da CMC Municipal de Contagem.	JUSTIFICATIVA: A estrutura apresentada atende satisfatoriamente a demanda da CMC Municipal de Contagem.	
A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da CMC Municipal de Contagem	5	4	4	4	
		JUSTIFICATIVA: Sistemática apresentada aparenta ser razoável, mas com pequenas omissões	JUSTIFICATIVA: Cumpre com o exigido, mas o quantitativo de colaboradores pode não ser suficiente para o volume de demanda.	JUSTIFICATIVA: Cumpre com o exigido, mas o quantitativo de colaboradores pode não ser suficiente para o volume de demanda.	
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>12,5</b>	<b>13</b>	

**INVÓLCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES  
AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**

QUESTO 2 - Conjunto de Informações Subquesto 2 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	Pontuação máxima de cada questio	Guilherme	Kelly	Paloma
A evidência da adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária	4	2,7	03	03
		<p>JUSTIFICATIVA: As peças da campanha têm uma frágil relação entre a experiência digital e a comunicação publicitária.</p>	<p>JUSTIFICATIVA: A forma como as peças foram dispostas dificultam a percepção de relação entre a comunicação digital e a comunicação publicitária</p>	<p>JUSTIFICATIVA: Faltou clareza na integração da comunicação digital e a comunicação publicitária, dada a falta de uma peça ilustrativa nesse sentido.</p>
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	4	3	3	3
		<p>JUSTIFICATIVA: As propostas de solução apresentadas a possíveis problemas da campanha não transmitem assertividade resolutiva.</p>	<p>JUSTIFICATIVA: As propostas de solução apresentadas a possíveis problemas da campanha não transmitem assertividade resolutiva.</p>	<p>JUSTIFICATIVA: As propostas de solução apresentadas a possíveis problemas da campanha não transmitem assertividade resolutiva.</p>
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>5,7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

**INVÓLUCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES  
AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**

QUESTO 2 - Conjunto de Informações Subquesto 2 - REPERTÓRIO	Pontuação máxima de cada questio	GUILHERME	KELLY	PALOMA
A ideia criativa e sua pertinência ao problema proposto	3	2 JUSTIFICATIVA: A campanha pecou pela escolha das cores mais escuras, o que acaba afastando o tom geral da campanha ao problema proposto.	2 JUSTIFICATIVA: As peças apresentadas são muito básicas e denotam que sua concepção ficou restrita a jornais impressos, dado o tom escuro das peças.	2 JUSTIFICATIVA: As peças poderiam ser um pouco mais criativas, com cores mais vivas e chamativas.
		1,5 JUSTIFICATIVA: Atende ao que foi solicitado.	1 JUSTIFICATIVA: Atende ao que foi apresentado	2 JUSTIFICATIVA: Atende ao que foi solicitado.
A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material	2	1 JUSTIFICATIVA: Atende ao que foi solicitado	1 JUSTIFICATIVA: Atende ao que foi solicitado, porém bastante sucinta.	1 JUSTIFICATIVA: Atende ao que foi solicitado
A clareza da exposição das informações prestadas nas fichas técnicas	2	4,5 JUSTIFICATIVA: Atende ao que foi solicitado	4	5 JUSTIFICATIVA: Atende ao que foi solicitado
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>			

**INVÓLUCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**  
**14 COMUNICAÇÃO EIRELI**

QUESTITO 2 - Conjunto de Informações Subquestito 1 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Pontuação máxima de cada quesito	GUILHERME	KELLY	PALOMA
Relação da equipe técnica (com currículo resumido de cada profissional) que estará à disposição da CMC Municipal de Contagem	5	5 JUSTIFICATIVA: O staff da agência traz profissionais com boa experiência de mercado. Chama a atenção, positivamente, a presença de dois moradores da cidade entre os seus colaboradores, o que tende a qualificar ainda mais a elaboração da campanha por uma perspectiva de quem vive a cidade	5 JUSTIFICATIVA: Satisfatória de acordo com os desafios propostos e demandas.	5 JUSTIFICATIVA: Bom quadro de colaboradores, com boa experiência e formação técnica. Destaque para a presença de profissionais de São Paulo, o que colabora com um olhar externo sobre a realidade da cidade, consequentemente, em benefício da campanha.
		5 JUSTIFICATIVA: Ficou demonstrado um bom suporte técnico e operacional para o atendimento da CMC Municipal.	5 JUSTIFICATIVA: Ficou demonstrado um bom suporte técnico e operacional para o atendimento da CMC Municipal	5 JUSTIFICATIVA: Ficou demonstrado um bom suporte técnico e operacional para o atendimento da CMC Municipal.
As estruturas técnica e operacional da licitante para suprir as necessidades da contapublicitária a ser atendida	5	JUSTIFICATIVA: Boa proposta de articulação da sistemática de atendimento à CMC Municipal. Como estabelecimento de prazos razoáveis para cada item que pode ser demandado.	JUSTIFICATIVA: Cumpre com a demanda.	JUSTIFICATIVA: Boa proposta de articulação da sistemática de atendimento à CMC Municipal. Como estabelecimento de prazos razoáveis para cada item que pode ser demandado.
A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a licitante e a equipe técnica da CMC Municipal de Contagem	5			
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>15</b>

**INVÓLUCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**  
**14 COMUNICAÇÃO EIRELI**

QUESTÃO 2 - Conjunto de Informações Subquestão 2 - REPERTÓRIO	Pontuação máxima de cada questão	GUILHERME	KELLY	PALOMA
A ideia criativa e sua pertinência ao problema proposto	3	3 JUSTIFICATIVA: A campanha apresentou uma proposta satisfatoriamente criativa, em linha com a problemática apresentada.	3 JUSTIFICATIVA: A campanha apresentou uma proposta satisfatoriamente criativa, em linha com a problemática apresentada	3 JUSTIFICATIVA: A campanha apresentou uma proposta inovadora.
		2 JUSTIFICATIVA: A campanha trouxe peças muito bem executadas bom acabamento. Peças com boa dinâmica de cores, formas e conteúdo textual.	2 JUSTIFICATIVA: A campanha apresenta qualidade e acabamento satisfatórios.	2 JUSTIFICATIVA Excelente qualidade e acabamento das peças, bem como da apresentação da campanha.
A qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou do material	2	2 JUSTIFICATIVA: Cumpre com o que foi apresentado	2 JUSTIFICATIVA: Cumpre com o que foi apresentado	2 JUSTIFICATIVA: Cumpre com o que foi apresentado
A clareza da exposição das informações prestadas nas fichas técnicas	2	7	7	7
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>

**INVÓLUCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**  
**14 COMUNCAÇÃO EIRELI**

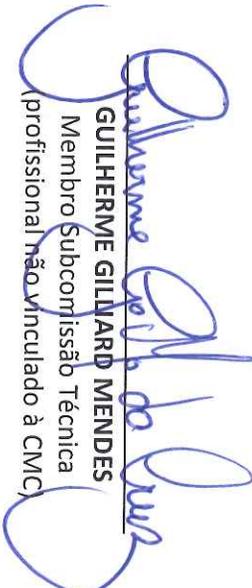
QUESTO 2 - Conjunto de Informações Subquesto 2 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	Pontuação máxima de cada questão	GUILHERME	KELLY	PALOMA
A evidência da adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária	4	3 JUSTIFICATIVA: Houve demonstração satisfatória da interface entre a comunicação digital com a comunicação publicitária.	3 JUSTIFICATIVA: Cumpre como que foi proposto.	3 JUSTIFICATIVA: Houve demonstração satisfatória da interface entre a comunicação digital com a comunicação publicitária.
Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	4	4 JUSTIFICATIVA: A demonstração de nexo causal entre possíveis problemas e as suas respectivas soluções demonstraram boa consistência lógica.	3 JUSTIFICATIVA: Idem ao item acima	3 JUSTIFICATIVA: A demonstração de nexo causal entre possíveis problemas e as suas respectivas soluções demonstraram boa consistência lógica.
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

*(Handwritten marks)*

*(Handwritten marks)*

**PONTUAÇÃO FINAL**  
**CONJUNTO DE INFORMAÇÕES**

QUESTOS	PONTOS	AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	14 COMUNICAÇÃO EIRELI
<b>2. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES</b>	<b>30</b>	<b>23,23</b>	<b>28</b>
2.1. Capacidade de Atendimento	15	12,83	14,67
2.2. Repertório	7	4,5	7
2.3. Soluções de Problemas de Comunicação	8	5,9	6,33
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>63,56</b>	<b>95,00</b>

  
**GUILHERME GILLARD MENDES**  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional não vinculado à CMC)

  
**KELLY CRISTINA GONÇALVES**  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional vinculado à CMC)

  
**PALOMA APARECIDA SILVA RESENDE**  
Membro Subcomissão Técnica  
(profissional vinculado à CMC)