

ATA 001/2022

ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA - ENVELOPE 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PROCESSO 06/2022 - TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2022

Aos trinta dias do mês de Março do ano de dois mil e vinte e dois, às 8h30, no Plenário Vereador Daniel Lopes da Silva, a subcomissão técnica, reuniu-se com a finalidade de análise e julgamento das propostas técnicas no Processo Licitatório 06/2022, **Tomada de Preços 001/2022**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO** visando a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS DE PUBLICIDADE PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E CAMPANHAS COM O FIM ESPECÍFICO DE DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE TANGARÁ DA SERRA**, de acordo com o presente Edital e seus Anexos. De início, os membros da Comissão Permanente de Licitações foram apresentados a esta Subcomissão. O presidente Marcos Antonio Figueiró fez a leitura das regras da avaliação da subcomissão contidas no Edital e seus anexos, e na convocação. A seguir a CPL com acompanhamento destes integrantes da Subcomissão, fez a abertura do receptáculo dos invólucros 1, que estava devidamente fechado pelos lacres de número 1589285, 1589286 e 1589287, que foram rompidos. Após, por orientação da CPL, esta Subcomissão indicou cada envelope com letras do alfabeto, sendo A, B e C. Na sequência, por consenso, a Subcomissão escolheu o integrante ***** para fazer a leitura do Briefing, constante no Edital. Após a leitura do Briefing, com as informações que orientam o julgamento, a Subcomissão passou a análise individual do conteúdo dos envelopes, o que resultou na avaliação que conta das planilhas encaminhadas. Seguem os relatos das justificativas das notas atribuídas por cada membro da subcomissão:

JEFFERSON FERREIRA PRADO

EMPRESA A: No quesito Raciocínio Básico a empresa atendeu todos os requisitos na proposta, passando todas as informações atualizadas., No quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa na proposta apresentada faltou detalhes de como será abordada de forma simplificada para com o público alvo (a,b,c); No quesito Idéia Criativa a peça publicitária a empresa atendeu o edital de forma clara e objetiva; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa na simulação da distribuição de mídias, deveria ser feita de forma dividida por igualdade para todos os meios de comunucação;

EMPRESA B: No quesito Raciocínio Básico a empresa atendeu de forma correta do edital; No quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa faltou detalhes de horários de atendimentos e quantidade de pessoas contratadas para suprir a necessidade; No quesito Idéia Criativa a peça publicitária a forma que foi apresentado o material foram usadas duas palavras de formas diferenciadas , poderia usar só uma; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa forneceu todas as informações claras atendendo o edital;

EMPRESA C: No quesito Raciocínio Básico a empresa atendeu todos os requisitos do edital; No quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa na criação e divulgação da ouvidoria, como seria a forma mais prática de chegar até o cidadão, faltou explicar mais detalhado; No quesito Idéia Criativa a peça publicitária o material apresentado poderia ser com imagens da nossa cidade e não cartelado; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa a distribuição não esta feita de forma correta e o investimento estão concentrado nas TVs e muito pouco para os outros veículo;

THALYSONN RAONNY CARDOSO SOCORE

EMPRESA A: No quesito Raciocínio Básico a empresa apresentou informações fora do objetivo da proposta; No quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa na minha opinião não tem um plano satisfatório de divulgação; No quesito Idéia Criativa a peça publicitária atendeu a maioria dos requisitos porem faltou uma visão futura do objetivo; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa não foi distribuída de forma que atendesse todos os meios de comunicação;

EMPRESA B: No quesito Raciocínio Básico a empresa poucas informações que não satisfaz o edital; No quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa faltou mais clareza a qual publico atingir; No quesito Idéia Criativa a peça publicitária uma linguagem muita estendido que põem não conseguiu captar a

Jefferson

Thalys

J.F.P.

mensagem; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa os valores aqui aqui apresentados estão incompatível com a realidade de hoje;

EMPRESA C: No quesito Raciocínio Básico a empresa não demonstrou a realidade dos fatos que apresentaram; No quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa linguagem complicada dificultando o entendimento ao publico; No quesito Idéia Criativa a peça publicitária material não transmite a idéia ao publico alvo; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa idéia da mensagem positiva, porem a distribuição não foi acertada;

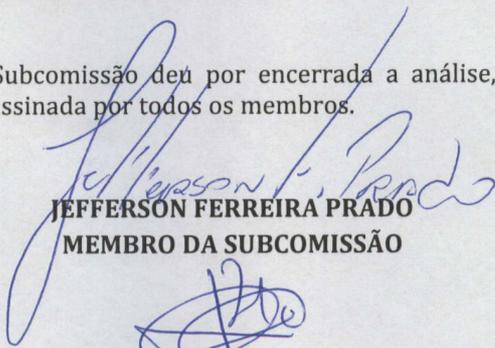
NEUSINO PEREIRA DA SILVA

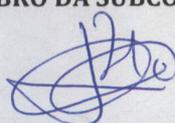
EMPRESA A: No quesito Raciocínio Básico a empresa a não deixou bem esclarecido na proposta qual a ação e como a câmara municipal faz para trazer novos investidores, já que a proposta é divulgar a ouvidoria, quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa deixou de especificar qual publico que a campanha de atingir ou seja qual classe social; No quesito Idéia Criativa a peça publicitária a foi repassado a mensagem proposta, mais porém para ter mais dinâmica na peça apresentada teria que ter personagens e não apenas uma peça com fotos; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa deixou de fazer uma distribuição de mídia para alguns órgão de comunicação de nosso município onde poderia atingir um numero maior de munícipes;

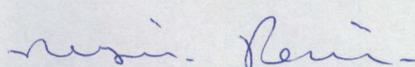
EMPRESA B: No quesito Raciocínio Básico a empresa acho que a empresa teria que detalhar melhor como os munícipes poderá interagir com a câmara municipal através da ouvidoria; No quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa o tema (slogan) elaborado pela empresa ficou muito simples, poderia ter mais criatividade na campanha e também quanto te trata de publico alvo não atingimos toda a população, como se trata de uma casa de leis seria apenas os munícipes acima de 18 anos, é isso não ficou bem claro; No quesito Idéia Criativa a peça publicitária as cores usadas nos anuncio impressos e vídeo ficou com um sensação de agressividade, já o material de vídeo também foi elaborado com fotos.; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa a distribuição do valores principalmente para as emissoras de tv's não condiz com a realidade, também na distribuição de valor citaram a emissoras de rádio, colocaram um valor em um emissora que a mais de 4 anos não existe;

EMPRESA C: No quesito Raciocínio Básico a empresa atendeu todos os quesitos, passando informações atualizadas e bem elaboradas; No quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a empresa cita que a ouvidoria seria uma casa de acolhida do cidadão, mais porem a ouvidoria é um canal de ligação entre a câmara municipal e os munícipes; No quesito Idéia Criativa a peça publicitária não foi nos apresentado, sem os materiais em áudio e vídeo dificultando o julgamento da idéia de divulgação e assim ficando difícil a analise do material; e por fim, no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia a empresa apresentou somente o storyboard, sem a ilustração da linguagem de sinais.;

Nada mais havendo a tratar a Subcomissão deu por encerrada a análise, treze horas e trinta minutos, lavrando a presente Ata que será assinada por todos os membros.


JEFFERSON FERREIRA PRADO
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO


THALYSSON RAONNY CARDOSO SOCORE
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO


NEUSINO PEREIRA DA SILVA
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO