

**ATA DE ANÁLISE E JULGAMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
(PRIMEIRA SESSÃO)**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2020 – PROCESSO DE COMPRAS Nº024/2020

Ao 02º (Segundo) dia do mês de outubro de dois mil e vinte (2020) às 10h00min, reuniram-se no Consórcio Intermunicipal Grande ABC, a Presidente da COPEL Alline Sabrinne Lima Escritório e os membros da Subcomissão Técnica: Jorge Aro Martins Júnior, André Luiz Gonçalez e Luiz Acácio Galeazzo Vareta, conforme convocação, para análise e julgamento dos Envelopes nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, e Envelopes nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, referente a Concorrência em epígrafe.

A Presidente disponibilizou aos membros da subcomissão o roteiro para avaliação, conforme consta em anexo, bem como os Envelopes nº 01 “Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada”, para análise individualizada e julgamento, e retirou-se da sessão.

A análise dos envelopes foi realizada conjuntamente pelos membros da subcomissão, em planilha única com a atribuição das notas, definidas em comum acordo, quanto ao atendimento dos itens do Edital.

Conforme planilha em anexo, os envelopes nº 01 dos Licitantes foram identificados com a numeração de 01 a 06. Após análise minuciosa, nos termos do instrumento convocatório, a Subcomissão verificou que o envelope identificado como 05 apresentou falhas quanto à forma de apresentação do Plano de Comunicação Publicitário, conforme subitem 6.2, alíneas “e”, “f” e “g”. Todavia, por tratar-se de erros formais de formatação, não sendo comprometidos valores técnicos relevantes, em consideração aos Princípios da Razoabilidade e da Competitividade, a proposta foi mantida classificada, junto as demais propostas.

A planilha com a pontuação obtida pelas licitantes identificadas como 01, 02, 03, 04, 05 e 06 apresenta a pontuação conforme segue:

Para o item 8.4.2 – Raciocínio básico, cujo nota máxima era de 10 pontos, as licitantes receberam a pontuação subtotal conforme segue: Licitante 01 – 7,5 pontos; Licitante 02 – 9,5 pontos; Licitante 03 – 4,7 pontos; Licitante 04 – 8,6 pontos; Licitante 05: 7,4 pontos; Licitante 06 – 7,2.

Para o item 8.4.3 – Estratégia de Comunicação, cuja nota máxima era de 20 pontos, as licitantes receberam a pontuação subtotal conforme segue: Licitante 01 – 13,5 pontos; Licitante 02 – 19,6 pontos; Licitante 03 – 9,0 pontos; Licitante 04 – 16,4 pontos; Licitante 05: 13,5 pontos; Licitante 06 – 13,5.

Para o item 8.4.4 – Ideia Criativa, cuja pontuação máxima era de 20 pontos, as licitantes receberam a pontuação subtotal conforme segue: Licitante 01 – 12,7 pontos; Licitante 02 – 19,3 pontos; Licitante 03 – 8,7 pontos; Licitante 04 – 14,7 pontos; Licitante 05: 13 pontos; Licitante 06 – 12,6.

Para o item 8.4.5 – Estratégia de mídia e não mídia, cujo nota máxima era de 15 pontos, as licitantes receberam a pontuação subtotal conforme segue: Licitante 01 –

11,0 pontos; Licitante 02 – 14,5 pontos; Licitante 03 – 7,2 pontos; Licitante 04 – 13,2 pontos; Licitante 05: 11 pontos; Licitante 06 – 11,1.

As Licitantes foram classificadas conforme nota obtida no julgamento dos envelopes ° 01, de forma decrescente da seguinte forma:

1º Licitante 02 – Subtotal: 62,90 pontos

2º Licitante 04 – Subtotal: 52,90 pontos

3º Licitante 05 – Subtotal: 44,90 pontos

4º Licitante 01 – Subtotal: 44,70 pontos

5º Licitante 06 – Subtotal: 44,40 pontos

6º Licitante 03 – Subtotal: 29,60 pontos

Após a apresentação das planilhas com as pontuações em anexo, foram disponibilizados os Envelopes nº 03 “Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, para análise individualizada e julgamento, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

A análise dos envelopes também foi realizada conjuntamente pelos membros da subcomissão, em planilha única com a atribuição das notas, definidas em comum acordo, quanto ao atendimento dos itens do Edital.

A subcomissão identificou que todas as licitantes atenderam aos itens do Edital quanto a forma de apresentação do conteúdo do envelope nº 03, ficando a pontuação definida da seguinte forma:

Para o item 8.4.6 – Capacidade de Atendimento, cuja nota máxima era de 15 pontos, as licitantes receberam a pontuação subtotal conforme segue: CIN COMUNICAÇÃO: 14,5 pontos; OCTOPUS COMUNICAÇÃO: 12,9 pontos; ÁREA COMUNICAÇÃO: 12,0 pontos; STQ PUBLICIDADE: 11,5 pontos; JSMAX PUBLICIDADE “Engenho de ideias”: 11,7 pontos e BRASIL84 PUBLICIDADE: 11,7 pontos.

Para o item 8.4.7 – Repertório, cuja nota máxima era de 10 pontos, as licitantes receberam a pontuação subtotal conforme segue: CIN COMUNICAÇÃO: 9,6 pontos; OCTOPUS COMUNICAÇÃO: 9,0 pontos; ÁREA COMUNICAÇÃO: 8,1 pontos; STQ PUBLICIDADE: 6,5 pontos; JSMAX PUBLICIDADE “Engenho de ideias”: 7,9 pontos e BRASIL84 PUBLICIDADE: 7,6 pontos.

Para o item 8.4.8 – Relato de soluções de problemas de Comunicação, cujo nota máxima era de 10 pontos, as licitantes receberam a pontuação subtotal conforme segue: CIN COMUNICAÇÃO: 9,6 pontos; OCTOPUS COMUNICAÇÃO: 8,5 pontos; ÁREA COMUNICAÇÃO: 7,6 pontos; STQ PUBLICIDADE: 5,2 pontos; JSMAX PUBLICIDADE “Engenho de ideias”: 7,4 pontos e BRASIL84 PUBLICIDADE: 7,5 pontos.

As licitantes foram classificadas conforme nota obtida no julgamento dos envelopes ° 03, de forma decrescente da seguinte forma:

- 1º CIN COMUNICAÇÃO – Subtotal: 33,70 pontos
2º OCTOPUS COMUNICAÇÃO – Subtotal: 30,40 pontos
3º ÁREA COMUNICAÇÃO – Subtotal: 27,70 pontos
4º JSMAX PUBLICIDADE “Engenho de ideias” – Subtotal: 27,00 pontos
5º BRASIL84 PUBLICIDADE – Subtotal: 26,80 pontos
6º– STQ PUBLICIDADE Subtotal: 23,20 pontos

A Subcomissão encaminhará a ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações à Comissão Permanente de Licitações para prosseguimento.

Nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente ata que vai assinada por todos.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Jorge Aro Martins Júnior
Membro

André Luiz Gonzalez
Membro

Luiz Acácio Galeazzo Vareta
Membro

CHECK LIST – ATENDIMENTO AO EDITAL

ITEM	ENVELOPE 01 – SEM IDENTIFICAÇÃO					
	01	02	03	04	05	06
6.2 "a"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2 "b"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2 "c"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2 "d"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2 "e"	OK	OK	OK	OK		OK
6.2 "f"	OK	OK	OK	OK		OK
6.2 "g"	OK	OK	OK	OK		OK
6.2 "h"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2 "i"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2 "j"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2 "k"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.2 "a"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.2 "b"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.2 "c"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.3	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.3.1	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.4	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.4.2	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.5	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.6	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.7	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.8. "a"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.2.8. "b"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.3.1. "a"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.3.1. "b"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.3.1. "c"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.3.2 "a"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.3.2. "b"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.3.3. "a"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.3.3. "b"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
6.3.3. "c"	OK	OK	OK	OK	OK	OK

ITEM	ENVELOPE 01 – SEM IDENTIFICAÇÃO					
	01	02	03	04	05	06
6.3.3. "d"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.3. "e"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "c"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "d"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "d.1"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "e"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "e.1"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "e.2"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "e.3"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "e.4"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "f"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "f.1"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "f.2"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.3.4. "f.3"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.1. "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.1. "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.1. "c"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.2. "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.2. "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.2. "c"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.2. "d"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.2. "e"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.2. "f"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.2. "g"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.2. "h"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.3. "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.3. "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok

ITEM	ENVELOPE 01 – SEM IDENTIFICAÇÃO					
	01	02	03	04	05	06
8.3.3. "c"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "d"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "e"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "f"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "g"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "h"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "i"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "j"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "k"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.3. "l"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.4. "a"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.4. "b"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.4. "c"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.4. "d"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.4. "e"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.4. "f"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.4. "g"	OK	OK	OK	OK	OK	OK
8.3.4. "h"	OK	OK	OK	OK	OK	OK

PONTUAÇÃO

ITEM	PONTUAÇÃO					
	1	2	3	4	5	6
8.4.2 Raciocínio Básico: máximo de 10 (dez) pontos						
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais da comunicação institucional do Consórcio Intermunicipal Grande ABC – 1,0 (um) ponto.	0,7	1,0	0,5	0,8	0,7	0,6
Conhecimento genérico dos serviços prestados pelo Consórcio Intermunicipal Grande ABC em todas as áreas contempladas pelo edital – 2,0 (dois) pontos.	1,8	2,0	1,0	1,9	1,7	1,6
Adequada compreensão da linha de atuação específica do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, tanto em sua missão na construção de publicidades educativas, informativas de natureza institucional, quanto na linha de atuação em questão – 3,0 (três) pontos.	2,0	2,7	1,2	2,4	1,9	1,9
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação – 4,0 (quatro) pontos;	2,0	2,8	2,0	3,5	3,1	3,1
<u>SUBTOTAL</u>	7,5	9,5	4,7	8,6	7,4	7,2
8.4.3 Estratégia de Comunicação: máximo de 20 (vinte) pontos,						
A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação das campanhas do Consórcio Intermunicipal Grande ABC e a seu (s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação – 5,0 (cinco) pontos	3,5	5,0	2,5	4,0	3,6	3,4

ITEM	PONTUAÇÃO					
	1	2	3	4	5	6
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos pela licitante e sua riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação institucional do Consórcio Intermunicipal Grande ABC com seus públicos – 5,0 (cinco) pontos.	3.0	4.8	2.0	3.7	2.9	3.0
Desenvolvimento, adequação/, e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) – 6,0 (seis) pontos.	4.0	5.0	2.5	5.0	3.9	3.9
A consistência lógica da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação e públicos – 4,0 (quatro) pontos.	3.0	4.0	2.0	3.7	3.1	3.2
<u>SUBTOTAL</u>	13.5	19.6	9.0	16.4	13.5	13.5
8.4.4 Idéia Criativa: máximo de 20 (vinte) pontos						
Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha propostos em Briefing – 6,0 (seis) pontos.	4.2	5.5	3.0	4.5	4.1	4.1
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação e manejo adequação da linguagem, demonstrados em sua unidade criativa e qualidade técnica dos exemplos apresentados – 4,0 (quarto) pontos.	2.0	4.0	1.5	3.0	2.0	2.1
Cobertura de público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida – 4,0 (quarto) pontos.	3.0	4.0	2.0	3.2	3.2	3.0
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se	3.5	5.8	2.2	4.0	3.4	3.4

ITEM	PONTUAÇÃO					
	1	2	3	4	5	6
apresentarem e exequibilidade das soluções propostas – 6,0 (seis) pontos.						
<u>SUBTOTAL</u>	12.7	19.3	8.7	14.7	13	12.6

8.4.5 Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos

Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação – 3,0 (três) pontos	2.0	3.0	1.2	2.7	2.0	2.0
Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, bem como da busca de fontes para embasar estes dados – 4,0 (quatro) pontos	2.5	3.5	1.5	3.2	2.4	2.4
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços do Consórcio Intermunicipal Grande ABC, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa – 4,0 (quatro) pontos.	3.5	4.0	2.5	3.7	3.5	3.6
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta, incluídas métricas e rentabilidades mensuráveis – 4,0 (quatro) pontos.	2.0	4.0	2.0	3.6	3.1	3.1
<u>SUBTOTAL</u>	11	14.5	7.2	13.2	11	11.1

8.4.6 Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos

Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura física, dos recursos materiais, da						
---	--	--	--	--	--	--

ITEM	ENVELOPE 03 -					
	CIN	OCTOPUS	ÁREA	STQ	ENGENHO DE IDEIAS	BRASIL 84
6.5.	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.6. "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.6. "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.6. "b.1"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.6. "b.2"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.6. "c"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.6. "d"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.6. "e"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.7	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.8. "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.8. "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.8. "c"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.8.1.	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.8.3.	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.9	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.10	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6.10.1	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.5 "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.5 "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.5 "c"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.5 "d"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.5 "e"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.5 "f"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.5 "g"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.6 "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.6 "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.6 "c"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.6 "d"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.6 "e"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.7 "a"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.7 "b"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok

ITEM	ENVELOPE 03 -					
	CIN	OCTOPUS	ÁREA	STQ	ENGENHO DE IDEIAS	BRASIL 84
8.3.7 "c"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8.3.7 "d"	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok

ITEM	PONTUAÇÃO					
	CIN	OCTOPUS	ÁREA	STQ	ENGENHO DE IDEIAS	BRASIL 84
8.4.6 Capacidade de Atendimento: máximo de 15 (quinze) pontos						
Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura física, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição do Consórcio Intermunicipal Grande ABC – 4,0 (quatro) pontos.	4.0	3.7	3.5	3.0	3.3	3.2
Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos quesitos: operacionalidade (fluxo e normas), segurança, presteza no atendimento às solicitações e grau de liberdade conferido à na escolha de soluções alternativas – 6,0 (seis) pontos	4.4	4.5	4.0	4.5	3.8	3.7
A existência de equipe dedicada ao trato da conta, bem como a qualidade da definição técnica especificamente destes profissionais à disposição do Consórcio Intermunicipal Grande ABC - 5,0 (cinco) pontos.	5.0	4.7	4.5	4.0	4.6	4.8
<u>SUBTOTAL</u>	14.5	12.9	12	11.5	11.7	11.7
8.4.7 Repertório: máximo de 10 (dez) pontos						
Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa. – 4,0 (quatro) pontos.	3.8	3.7	3.5	2.0	3.5	3.4
Clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que						

ITEM	PONTUAÇÃO					
	CIN	OCTOPUS	ÁREA	STQ	ENGENHO DE IDEIAS	BRASIL 84
tratam do caso em que elas estão inseridas – 2,0 (dois) pontos.	2.0	1.8	1.6	1.0	1.5	1.4
Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante dos problemas propostos – 4,0 (quatro) pontos.	3.8	3.5	3.0	2.0	2.9	2.8
SUBTOTAL	9.6	9.0	8.1	6.5	7.9	7.6
8.4.8 Relato de Soluções de Problemas de Comunicação: máximo de 10 (dez) pontos,						
A evidência de planejamento publicitário – 2,0 (dois) pontos	1.8	1.5	1.4	1.2	1.4	1.5
A consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta – 2,0 (dois) pontos.	2.0	1.8	1.5	1.0	1.6	1.6
A relevância dos resultados apresentados diante dos desafios – 3,0 (três) pontos	2.8	2.3	2.0	1.5	1.9	1.8
Na concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso – 3,0 (três) pontos	3.0	2.9	2.7	1.5	2.5	2.6
SUBTOTAL	9.6	8.5	7.6	5.2	7.4	7.5
PONTUAÇÃO TOTAL	33.7	30.4	27.7	23.2	27.0	26.8