

PROCESSO Nº 2023000410
TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2023
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

ATA DE JULGAMENTO DO INVOLUCRO Nº 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Ata elaborada pela subcomissão técnica, criada especialmente para este fim de julgamento das propostas técnicas do certame em epígrafe, composta por LUIS FERNANDO SILVA SALES, ADRIA DE LIMA SILVA e MATEUS FELIPE DE MORAIS. No dia 11 de setembro de 2023 esta subcomissão técnica procedeu a análise dos invólucros nº 1, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada. Estiveram presentes os três membros acima nomeados compostos para a comissão. De posse dos documentos e com base nos critérios devidamente divulgados no edital. Reuniram-se ainda nos dias 12 e 18 de setembro de 2023 no intuito de finalizar a análise pleiteada. Ao final, chegaram no resultado abaixo descrito, cujo relatório de julgamento detalhado nos termos do item 19.2.5.c do Edital encontra-se anexo.


Partido Temático	Nota
Juntos, construímos nossa história!	51,3
Quando você faz parte, a gente faz muito mais	49,4
A Câmara legisla, o progresso acontece	55,0
Câmara + cidadã	54,8

Não houve diferença maior que o percentual previsto no edital (vinte por cento). Sem mais para o momento, a comissão encerrou seus trabalhos, colocando-se a inteira disposição da Câmara Municipal de Goianésia para eventuais esclarecimentos.

Goianésia, 18 de setembro de 2023.


LUIS FERNANDO SILVA SALES
Membro


ADRIA DE LIMA SILVA
Membro


MATEUS FELIPE DE MORAIS
Membro

PROCESSO Nº 2023000410
TOMADA DE PREÇOS Nº 001/2023
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

RELATÓRIO DE JULGAMENTO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.

Planilha com as pontuações e justificativas referentes ao conteúdo do invólucro nº 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada, nos termos do item 19.2.5.c do Edital.

1 – PARTIDO TEMÁTICO: Juntos, construímos nossa história!

RACIOCÍNIO BÁSICO – máx. 10 pontos

ITEM 12.2.1	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a acuidade de compreensão das funções e do papel da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA nos contextos social, político e econômico: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,4	1,3	1,5	1,4
b) a necessidade de comunicação publicitária da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA com seus públicos: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2	2,1	2,2	2,1
c) a natureza e a extensão do objeto da licitação: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2,5	2,5	2,5	2,5
d) o desafio específico de comunicação a ser enfrentado pela CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2	1,9	2,1	2,0

Total: 8,0

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – máx. 25 pontos

ITEM 12.2.2	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA e a seu problema específico de comunicação: 5,0 (cinco) pontos;	3,4	3,3	3,5	3,4
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 5,0 (cinco) pontos;	3,8	3,7	3,6	3,7
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA com seus públicos: 5,0 (cinco) pontos;	3,5	3,5	3,5	3,5

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	3,6	3,5	3,7	3,6
e) a capacidade da estratégia de comunicação de alcançar os resultados e as metas desejados pela CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos.	4,1	4,2	4,3	4,2

Total: 18,4

IDEIA CRIATIVA– máx. 25 pontos

ITEM 12.2.3	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação ao problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	3,7	3,4	3,7	3,6
b) a adequação à estratégia de comunicação proposta para a CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	3,6	3,4	3,8	3,6
c) a adequação ao universo cultural do público-alvo e a compatibilidade da linguagem utilizada: 5,0 (cinco) pontos;	3,3	3,4	3,5	3,4
d) a exequibilidade e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 5,0 (cinco) pontos;	4	4	4	4
e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas: 5,0 (cinco) pontos;	3,8	3,9	4	3,9

Total: 18,5

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - máx. 10 pontos

ITEM 12.2.4	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia em consonância com a estratégia de comunicação publicitária: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,3	1,4	1,5	1,4

b) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,4	1,3	1,5	1,4
c) a consistência e a economicidade do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,5	1,5	1,5	1,5
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos.	2	2,2	2,1	2,1

Total: 6,4

PONTUAÇÃO FINAL: 51,3

2 – PARTIDO TEMÁTICO: Quando você faz parte, a gente faz muito mais

RACIOCÍNIO BÁSICO – máx. 10 pontos

ITEM 12.2.1	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a acuidade de compreensão das funções e do papel da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA nos contextos social, político e econômico: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,5	1,5	1,5	1,5
b) a necessidade de comunicação publicitária da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA com seus públicos: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2,1	1,9	2	2
c) a natureza e a extensão do objeto da licitação: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2	2	2	2
d) o desafio específico de comunicação a ser enfrentado pela CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,4	1,3	1,5	1,4

Total: 6,9

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – máx. 25 pontos

ITEM 12.2.2	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA e a seu problema específico de comunicação: 5,0 (cinco) pontos;	3,5	3,3	3,7	3,5

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 5,0 (cinco) pontos;	2,8	3	3,2	3
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA com seus públicos: 5,0 (cinco) pontos;	3,4	3,5	3,6	3,5
d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	3,4	3,5	3,6	3,5
e) a capacidade da estratégia de comunicação de alcançar os resultados e as metas desejados pela CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos.	4	4	4	4

Total: 17,5

IDEIA CRIATIVA– máx. 25 pontos

ITEM 12.2.3	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação ao problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	4	4,2	4,1	4,1
b) a adequação à estratégia de comunicação proposta para a CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	3,4	3,3	3,5	3,4
c) a adequação ao universo cultural do público-alvo e a compatibilidade da linguagem utilizada: 5,0 (cinco) pontos;	3,5	3,4	3,6	3,5
d) a exequibilidade e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 5,0 (cinco) pontos;	4,2	4,1	4	4,1
e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas: 5,0 (cinco) pontos;	3,4	3,4	3,7	3,5

Total: 18,6

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - máx. 10 pontos

ITEM 12.2.4	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia em consonância com a estratégia de comunicação publicitária: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,2	1,3	1,4	1,3
b) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2,1	1,9	2	2
c) a consistência e a economicidade do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,7	1,6	1,8	1,7
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos.	1,4	1,3	1,5	1,4

Total: 6,4

PONTUAÇÃO FINAL: 49,4

3 – PARTIDO TEMÁTICO: A Câmara legisla, o progresso acontece

RACIOCÍNIO BÁSICO – máx. 10 pontos

ITEM 12.2.1	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a acuidade de compreensão das funções e do papel da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA nos contextos social, político e econômico: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2,1	2	2,2	2,1
b) a necessidade de comunicação publicitária da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA com seus públicos: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,3	1,4	1,5	1,4
c) a natureza e a extensão do objeto da licitação: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2	2,1	1,9	2
d) o desafio específico de comunicação a ser enfrentado pela CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2,5	2,5	2,5	2,5

Total: 8

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – máx. 25 pontos

ITEM 12.2.2	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA e a seu problema específico de comunicação: 5,0 (cinco) pontos;	3,7	3,6	3,8	3,7
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 5,0 (cinco) pontos;	3,4	3,3	3,5	3,4
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA com seus públicos: 5,0 (cinco) pontos;	3,8	3,9	4	3,9
d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	4,2	4,1	4	4,1
e) a capacidade da estratégia de comunicação de alcançar os resultados e as metas desejados pela CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos.	4,5	4,5	4,5	4,5

Total: 19,6

IDEIA CRIATIVA– máx. 25 pontos

ITEM 12.2.3	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação ao problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	4,5	4,5	4,5	4,5
b) a adequação à estratégia de comunicação proposta para a CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	3,9	4	4,1	4
c) a adequação ao universo cultural do público-alvo e a compatibilidade da linguagem utilizada: 5,0 (cinco) pontos;	3,3	3,4	3,5	3,4
d) a exequibilidade e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 5,0 (cinco) pontos;	4,5	4,5	4,5	4,5

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas: 5,0 (cinco) pontos;	3,8	3,7	3,6	3,7
--	-----	-----	-----	-----

Total: 20,1

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - máx. 10 pontos

ITEM 12.2.4	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia em consonância com a estratégia de comunicação publicitária: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2	2	2	2
b) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,7	1,5	1,6	1,6
c) a consistência e a economicidade do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,6	1,6	1,9	1,7
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos.	2	2	2	2

Total: 7,3

PONTUAÇÃO FINAL: 55

4 – PARTIDO TEMÁTICO: Câmara + cidadã

RACIOCÍNIO BÁSICO – máx. 10 pontos

ITEM 12.2.1	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a acuidade de compreensão das funções e do papel da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA nos contextos social, político e econômico: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2	2	2	2
b) a necessidade de comunicação publicitária da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA com seus públicos: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,5	1,7	1,9	1,7

c) a natureza e a extensão do objeto da licitação: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2,5	2,5	2,5	2,5
d) o desafio específico de comunicação a ser enfrentado pela CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,5	1,6	1,7	1,6

Total: 7,8

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – máx. 25 pontos

ITEM 12.2.2	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA e a seu problema específico de comunicação: 5,0 (cinco) pontos;	4,1	4	4,2	4,1
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 5,0 (cinco) pontos;	3,5	3,5	3,5	3,5
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA com seus públicos: 5,0 (cinco) pontos;	3,5	3,9	3,7	3,7
d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	4,5	4,5	4,5	4,5
e) a capacidade da estratégia de comunicação de alcançar os resultados e as metas desejados pela CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos.	4,5	4,1	4,3	4,3

Total: 20,1

IDEIA CRIATIVA– máx. 25 pontos

ITEM 12.2.3	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação ao problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	4,5	4,2	4,2	4,3

b) a adequação à estratégia de comunicação proposta para a CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 5,0 (cinco) pontos;	3,8	3,5	3,8	3,7
c) a adequação ao universo cultural do público-alvo e a compatibilidade da linguagem utilizada: 5,0 (cinco) pontos;	3,3	3,4	3,5	3,4
d) a exequibilidade e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 5,0 (cinco) pontos;	4,5	4,5	4,8	4,6
e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas: 5,0 (cinco) pontos;	3,9	3,8	4	3,9

Total: 19,9

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - máx. 10 pontos

ITEM 12.2.4	LUIS	ADRIA	MATEUS	NOTA
a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia em consonância com a estratégia de comunicação publicitária: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	2	1,7	2	1,9
b) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,4	1,3	1,5	1,4
c) a consistência e a economicidade do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos;	1,5	1,5	1,5	1,5
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CÂMARA MUNICIPAL DE GOIANÉSIA: 2,5 (dois vírgula cinco) pontos.	2,3	2	2,3	2,2

Total: 7

PONTUAÇÃO FINAL: 54,8

LUIS FERNANDO SILVA SALES

Membro

ADRIA DE LIMA SILVA

Membro

MATEUS FELIPE DE MORAIS

Membro