



ESTADO DE SERGIPE
MUNICÍPIO DE NOSSA SENHORA DAS DORES
SETOR DE LICITAÇÕES E CONTRATOS

Rua Getúlio Vargas, 64, Centro, Nossa Senhora das Dores/SE – (79) 3265-1322 – CNPJ Nº
13.094.446/0001-74 – CEP 49.600-000

ATA DA SESSÃO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS
(PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA)
TOMADA DE PREÇO Nº 02/2022

No dia 07 de março de 2022, às 09h30, na sala de reunião da PREFEITURA DE NOSSA SENHORA DAS DORES, reuniram-se os integrantes da Subcomissão Técnica, escolhida através de sorteio público, conforme relação publicada na Portaria 1.573/2021, para julgamento das Propostas Técnicas referentes à Licitação na modalidade Tomada de Preço nº 02/2022 para contratação de Agência de Publicidade.

Nos foi encaminhado um envelope padronizado, que foi identificado como agência A, que foi aberto para avaliação.

No Plano de Comunicação Publicitária apresentado pela agência A não foi encontrado qualquer descumprimento dos itens de padronização exigidos no edital. O Raciocínio Básico desenvolvido pela agência A é claro e segue uma linha que vai de encontro às necessidades expostas no briefing do edital, que é informar a população sobre o "Programa melhor em casa". Nesse sentido, foi apresentado um conceito que é simples, mas estimulante e reflexivo: ATENDIMENTO MÉDICO EM CASA É ALGO A SER VALORIZADO.

O material gráfico é bastante representativo apelando para a emoção do público, usando a imagem de um médico atendendo seu paciente em um ambiente caseiro. Verificamos ainda uma Estratégia de Mídia e Não Mídia condizente, com as escolhas certas dos meios e dos veículos utilizados para a divulgação da campanha.

Foi feita a análise individualizada de cada item, cuja somatória máxima é de 40 pontos. Pela planilha em anexo, a Empresa A ficou com a pontuação de 39,5 (TRINTA E NOVE VÍRGULA CINCO) pontos, estando, portanto, CLASSIFICADA.

Não havendo mais nada a encaminhar, declaramos encerrados os trabalhos, no qual será encaminhada a referida ata devidamente assinada pelos integrantes da Subcomissão Técnica, bem como as planilhas individuais de julgamento.

Atenciosamente,


Giancarlo Celetano da Costa e Silva Filho
Julgador 1


Sara da Palma de Souza
Julgador 2


Rubens Ferreira Santos
Julgador 3

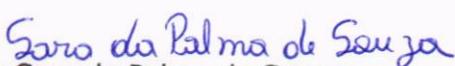
Nossa Senhora das Dores/SE, 07 de Março de 2022.

Agência: A	Julgador:	Envelope: Sem identificação
	1	
Plano de Comunicação Publicitária		
Raciocínio Básico – máximo de 10,0 (dez) pontos		
Diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura: 3,0 (três) pontos		3,0
Compreensão do proponente sobre o objeto da licitação: 4,0 (quatro) pontos		4,0
Desafios de comunicação a serem enfrentados: 3,0 (três) pontos		3,0
Estratégia de comunicação publicitária - Máximo de 10,0 (dez) pontos		
Formulação do conceito, dos quais 3,0 (três) pontos para a compreensão do tema hipotético e 3,0 (três) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito total: 6,0 (seis) pontos		5,9
Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: 4,0 (quatro) pontos		4,0
Ideia criativa - Máximo de 10,0 (dez) pontos		
Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: 3,0 (três) pontos		3,0
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: 3,0 (três) pontos		3,0
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada nas peças publicitárias que se apresentarem: 4,0 (quatro) pontos		3,9
Estratégia de mídia e não mídia- Máximo de 10,0 (dez) pontos		
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante: 4,0 (quatro) pontos		4,0
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta: 6,0 (seis) pontos		6,0
TOTAL		39,8



Julgador 01: Giancarlo Celetano da Costa e Silva Filho

Agência: A	Julgador: 2	Envelope: Sem identificação
Plano de Comunicação Publicitária		
Raciocínio Básico – máximo de 10,0 (dez) pontos		
Diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura: 3,0 (três) pontos		2,9
Compreensão do proponente sobre o objeto da licitação: 4,0 (quatro) pontos		4,0
Desafios de comunicação a serem enfrentados: 3,0 (três) pontos		3,0
Estratégia de comunicação publicitária - Máximo de 10,0 (dez) pontos		
Formulação do conceito, dos quais 3,0 (três) pontos para a compreensão do tema hipotético e 3,0 (três) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito total: 6,0 (seis) pontos		6,0
Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: 4,0 (quatro) pontos		4,0
Ideia criativa - Máximo de 10,0 (dez) pontos		
Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: 3,0 (três) pontos		3,0
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: 3,0 (três) pontos		3,0
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada nas peças publicitárias que se apresentarem: 4,0 (quatro) pontos		4,0
Estratégia de mídia e não mídia- Máximo de 10,0 (dez) pontos		
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante: 4,0 (quatro) pontos		4,0
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta: 6,0 (seis) pontos		5,9
TOTAL		39,5


 Julgador 02: Sara da Palma de Souza

Agência: A		Julgador: 3	Envelope: Sem identificação
Plano de Comunicação Publicitária			
Raciocínio Básico – máximo de 10,0 (dez) pontos			
Diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura: 3,0 (três) pontos			3,0
Compreensão do proponente sobre o objeto da licitação: 4,0 (quatro) pontos			3,7
Desafios de comunicação a serem enfrentados: 3,0 (três) pontos			2,9
Estratégia de comunicação publicitária - Máximo de 10,0 (dez) pontos			
Formulação do conceito, dos quais 3,0 (três) pontos para a compreensão do tema hipotético e 3,0 (três) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito total: 6,0 (seis) pontos			6,0
Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: 4,0 (quatro) pontos			3,9
Ideia criativa - Máximo de 10,0 (dez) pontos			
Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: 3,0 (três) pontos			3,0
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: 3,0 (três) pontos			3,0
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada nas peças publicitárias que se apresentarem: 4,0 (quatro) pontos			3,9
Estratégia de mídia e não mídia- Máximo de 10,0 (dez) pontos			
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante: 4,0 (quatro) pontos			4,0
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta: 6,0 (seis) pontos			5,9
TOTAL			39,3

Rubens Ferreira Santos
 Julgador 3: Rubens Ferreira Santos

RESUMO DE NOTAS DO ENVELOPE "SEM IDENTIFICAÇÃO"						
AGÊNCIA	JULGADOR 1	JULGADOR 2	JULGADOR 3	TOTAL	MEDIA. NOTA FINAL	OBSERVAÇÕES
A	39,8	39,5	39,3	118,6	39,5	CLASSIFICADA

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Giancarlo Celetano da Costa e Silva Filho
Giancarlo Celetano da Costa e Silva Filho
 Julgador 1

Sara da Palma de Souza
Sara da Palma de Souza
 Julgador 2

Rubens Ferreira Santos
Rubens Ferreira Santos
 Julgador 3

Nossa Senhora das Dores/SE, 07 de Março de 2022.