



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE TUCURUÍ
PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCURUÍ



ATA DE ANÁLISE E JULGAMENTO – PROPOSTA TÉCNICA
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº CP-001/2021-PMT



SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Às 09h do dia dezenove de abril de 2021, na Sala de Reuniões da Prefeitura Municipal de Tucuruí, reuniu-se os membros da Subcomissão técnica, **Paula Fernanda Rabelo Silva**, **Antônio da Fonseca Santos Junior**, **Misael Negrão dos Santos** através da Portaria n.º 313/2021, para juntos procederem o julgamento das propostas técnicas – plano de comunicação publicitária da Concorrência em epígrafe (Envelope 1), tendo por objeto a contratação de 01 (uma) DE EMPRESA ESPECIALIZADA E TECNICAMENTE CAPACITADA PARA PRESTAÇÃO DE **Serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.** A Subcomissão iniciou a sessão constando apenas (01) uma empresa habilitada a participar da licitação.

A subcomissão tem como finalidade a análise e avaliação das propostas técnicas observando os termos do Edital CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº CP-001/2021-PMT e o art. 7º da Lei nº 12.232/10 que preceitua que o plano de comunicação deve ser composto pelos seguintes quesitos: raciocínio básico, estratégia de comunicação, idéia criativa e estratégia de mídia e não mídia.

Percebe-se que os quesitos do plano de comunicação são conexos. Em resumo, o raciocínio básico apresenta o diagnóstico, os problemas e os objetivos. A estratégia de comunicação é um texto que introduz e defende a idéia criativa. Esta, por sua vez, é a solução criativa, a proposta criativa propriamente dita. E a estratégia de mídia e não mídia é o plano de como a ideia criativa será veiculada e atingirá o público visado pela Administração, levando-se em consideração os custos e os valores disponíveis para as ações publicitárias.

Observando os desafios propostos pelo contexto descrito no Edital e tendo em vista a demanda **“Criação de campanha institucional de reposicionamento de imagem da gestão pública em Tucuruí”** com o tema **“Trabalho, Paz e Progresso: Um novo governo, para uma cidade cada dia melhor”**, a proposta apresentada pelo licitante temos o seguinte relatório:

Raciocínio básico: O Licitante compreendeu os conceitos e desafios apresentados no Edital, e conseguindo realizar o objetivo que é reposicionar a imagem institucional da Prefeitura de Tucuruí perante a opinião pública, promovendo, qualificando e aumentando a credibilidade no poder executivo e apresenta diagnóstico, compreensão do objeto e os desafios de comunicação proposto.

Estratégia de comunicação: A licitante acerta na medida em que faz uma proposta objetiva de resgate dos valores bem como de renovação política pela qual o município passou em 2020, trazendo o que todos munícipes anseiam que é um recomeço e a temática abordada **“VIRAR A PÁGINA DO PASSADO RECENTE E RECONSTRUIR A CIDADE, O FUTURO DA CIDADE, INAUGURANDO UM TEMPO NOVO, DE INCLUSÃO, DE DESENVOLVIMENTO, DE MAIS IGUALDADE E OPORTUNIDADE.** A estratégia é clara e objetiva trazendo uma parceria entre prefeitura e munícipes, conseguiu apresentar e defender a proposta, vencendo os desafios e atingindo as metas da campanha.

Misael Negrão dos Santos

Paula F. R. Silva



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE TUCURUI
PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCURUI



Idéia criativa: Utilizando-se de uma nova proposta, inovadora, com visual moderno e com estudo de cores bem utilizado e em sintonia com as cores da logo do município, apresentando uma idéia original e satisfatória e que externa a resposta criativa do licitante.

Estratégia de mídia e não mídia: as tabelas, gráficos, planilhas e quadros de resumo, demonstrados e justificam a estratégia de comunicação proposta na verba disponível, com indicação de peças, quantidades, inserções e custos.

A media atingida após avaliação da subcomissão foi 74,00, conforme mapa de apuração abaixo, portanto classificada para a próxima fase do certame.

LICITANTE 01					
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS E PONTUAÇÃO MÁXIMA	ST 01	ST 02	ST 03	Média Aritimética
PLANO DE COMUNICAÇÃO					
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até 4 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PM de Tucuruí e entendimento	a) Das características da PM Tucuruí e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Máximo 5 pontos.	5	4,9	5	4,97
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PM de Tucuruí com seus públicos. Máximo 5 pontos.	5	4,9	3	4,30
	c) Do papel da PM de Tucuruí no atual contexto social, político e econômico. Máximo 5 pontos.	5	4,5	5	4,83
	d) Do problema específico de comunicação da PM de Tucuruí. Máximo 5 pontos.	5	5	5	5,00
					19,10
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)					
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até quatro laudas em que o Licitante	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PM Tucuruí, conforme briefing. Máximo 5 pontos.	5	4,8	5	4,93
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Máximo 5 pontos.	5	5	5	5,00
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da PMT com seus públicos. Máximo 4 pontos.	4	4	4	4,00

Mirial Negrois das Santas

Paulo J. R. Silva



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE TUCURUÍ
PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCURUÍ



exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMT.	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PM de Tucuruí. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)					19,93
3) IDÉIA CRIATIVA Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PM Tucuruí. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PM Tucuruí. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
	f) Sua pertinência às atividades desenvolvidas pela PM Tucuruí e sua inserção na sociedade. Máximo 1 ponto.	1	1	1	1,00
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. Máximo 1 ponto.	1	1	1	1,00
	h) A exequibilidade das peças. Máximo 2 pontos.	2	2	2	2,00
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. Máximo 1 ponto.	1	0,9	1	0,97
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)					19,97
4- ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
	Texto de até quatro laudas em	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Máximo 3 pontos.	3	3	3

Mival Negro das Santos

Paula F. R. Silva



Estado do Pará
GOVERNO MUNICIPAL DE TUCURUI
PREFEITURA MUNICIPAL DE TUCURUI



que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Máximo 3 pontos.	3	3	3	3,00
	d) Pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação da PM Tucuruí. Máximo 2 pontos.	2	2	2	2,00
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Máximo 2 pontos.	2	2	2	2,00
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Máximo 2 pontos.	2	2	2	2,00
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)					15,00
Total geral					74,00

Sem mais para ser analisado a Subcomissão Técnica, encaminha o relatório para a Comissão Permanente de Licitação para dar prosseguimento ao processo.

Paula Fernanda Rabelo Silva

Nome: PAULA FERNANDA RABELO SILVA
Subcomissão Técnica 01 (ST 01)

Misael Negrão dos Santos

Nome: MISAEL NEGRÃO DOS SANTOS
Subcomissão Técnica 01 (ST 02)

Antônio da Fonseca Santos Junior
Nome: ANTONIO DA FONSECA SANTOS JUNIOR
Subcomissão Técnica 01 (ST 03)