

Ata de abertura dos envelopes “B” e “D” referente a Concorrência 001/2020

Aos 17 dias do mês de junho, às 08h30min, na sala de licitações da Prefeitura Municipal de Indianópolis, foi decidida a abertura dos envelopes “B” e “D” das proponentes participantes neste certame supracitado. Antes da abertura dos envelopes foi comunicado ao proponente LUCIANE LEITE MARQUES EIRELI, CNPJ 17.088.607/0001-78, único presente na sessão, que um dos avaliadores reavaliou seus lances dados na proposta técnica, gerando deste modo a nova média das notas conforme tabela abaixo:

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO	
		A	B
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até 4 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PM INDIANÓPOLIS e entendimento	a) Das características da PM INDIANÓPOLIS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (máximo 5 pontos).	4,95	4,50
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PM INDIANÓPOLIS com seus públicos. (máximo 5 pontos)	5,00	4,60
	c) Do papel da PM INDIANÓPOLIS no atual contexto social, político e econômico. (máximo 5 pontos)	4,65	4,40
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até quatro laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PM INDIANÓPOLIS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PM INDIANÓPOLIS, conforme briefing. (máximo 4 pontos)	3,90	3,45
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa (máximo 4 pontos)	3,80	3,45
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da PM INDIANÓPOLIS com seus públicos (máximo 4 pontos)	3,90	3,45
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PM INDIANÓPOLIS (máximo 4 pontos)	3,95	3,75
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (máximo 4 pontos)	3,95	4,00
3) IDÉIA CRIATIVA Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PM INDIANÓPOLIS. (máximo 2,22 pontos)	2,00	2,00
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PM INDIANÓPOLIS é. (máximo 2,22 pontos)	2,15	2,01
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. (máximo 2,22 pontos)	2,10	1,80
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem (máximo 2,22 pontos)	2,20	2,09
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. (máximo 2,22 pontos)	2,09	1,94
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pela PM INDIANÓPOLIS e sua inserção	2,11	1,94

	na sociedade. (máximo 2,22 pontos)		
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. (máximo 2,22 pontos)	2,10	2,10
	h) A exequibilidade das peças. (máximo 2,23 pontos)	2,22	2,20
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos (máximo 2,23 pontos)	2,21	2,15
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até quatro laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. (máximo 1,7 pontos)	1,65	1,70
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. (máximo 1,7 pontos)	1,60	1,55
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. (máximo 1,6 pontos)	1,62	1,50
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PM INDIANÓPOLIS. (máximo 1,7 pontos)	1,57	1,55
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. (máximo 1,7 pontos)	1,62	1,55
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (máximo 1,6 pontos)	1,35	1,20
Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros. (máximo 1,7 pontos)	1,65	1,50
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. (máximo 1,7 pontos)	1,65	1,32
	c) A operacionalidade do relacionamento entre a PM INDIANÓPOLIS e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. (máximo 1,6 pontos)	1,50	1,50
Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a	a) Idéia criativa e sua pertinência. (máximo 1 ponto)	1,00	0,85
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. (máximo 1 ponto)	0,90	0,85
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. (máximo 1 ponto)	0,90	0,75
	d) Relevância dos resultados apresentados. (máximo 1 ponto)	0,95	0,90

	e) Qualidade da execução do acabamento. (máximo 1 ponto)	0,95	0,75
Case histories formalmente referendados pelos respectivos anunciantes	a) Concatenação lógica da exposição. (máximo 1,25 pontos).	1,24	1,16
	b) Evidência de planejamento publicitário. (máximo 1,25 pontos).	1,24	1,21
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. (máximo 1,25 pontos).	1,23	1,16
	d) Relevância dos resultados apresentados. Case histories formalmente referendados pelos respectivos anunciantes. (máximo 1,25 pontos).	1,22	1,21
Total		77,12	72,04

Realizando a abertura do envelope B (com identificação da proponente), verificou-se que a proponente A se refere a proponente LUCIANE LEITE MARQUES EIRELI, CNPJ 17.088.607/0001-78; e a proponente B se refere a proponente ÚNICA PROPAGANDA LTDA EPP, CNPJ 85.447.969/0001-68.

Na abertura do envelope D, verificou que ambas tiveram nota de preços igual a 20 pontos. Por fim a nota final de cada proponente ficou assim determinada:

LUCIANE LEITE MARQUES EIRELI, CNPJ 17.088.607/0001-78: $77,12 + 20,00 = 97,12$.

ÚNICA PROPAGANDA LTDA EPP, CNPJ 85.447.969/0001-68: $72,04 + 20,00 = 92,04$.

Fica a partir desta convocação aberto o prazo de recurso determinado na lei 8.666/93 sobre as avaliações realizadas na presente sessão, sendo que após o prazo de recurso finalizado convocada a primeira colocada a apresentação, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas após convocação que será enviada por e-mail.

Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a reunião e assinada a presente Ata pela Comissão Permanente de Licitações e Representante da proponente presente.

INDIANOPOLIS, PARANÁ, EM 17/06/2020

**ANTONIA APARECIDA DE ABREU
PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**

Jaqueline Marcato Gomes: _____

Leonardo Beumer Cardoso: _____

Luis Carlos de Moraes: _____

Marcelo Rodrigues da Silva: _____

LUCIANE LEITE MARQUES EIRELI: _____