

ATA DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO NOMEADA PELA PORTARIA CONJUNTA Nº 012/2021. PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2021, OBJETIVANDO A CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx Pág.01.

No dia 03 de fevereiro, do ano de dois mil e vinte e dois, reuniram-se na sala da DME os membros da Subcomissão Técnica, nomeados pela Portaria Conjunta nº 012/2021, conforme Edital de Concorrência Pública nº 001/2021, que tem por objeto a contratação de empresa para execução de atividades de publicidade, previstas na Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, os Srs. Ana Amélia Franco, Deivide Fabiano Pereira e Luis Filipe Simão Gallo. Para atender à solicitação da Comissão de Licitação, encaminhamos notas e justificativas individuais usadas na composição do julgamento final do Plano de Comunicação e documentos vinculados. Segue minha análise.

Licitante 1 – Campanha “A nossa energia passa por aqui”.

RACIOCÍNIO BÁSICO: A licitante demonstra compreender a necessidade de reforçar a marca da DME buscando um maior reconhecimento da empresa junto à população conforme relatada no briefing, também apresenta um bom histórico da empresa, no entanto poderia ter sido mais enfatizado ações atuais da empresa na sociedade em diversas áreas.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: Considero que a campanha “A nossa energia passa por aqui”, é efetiva ao demonstrar a presença do trabalho da empresa DME no cotidiano da população, poderia ter adaptado os textos às imagens para enfatizar a relação entre ambos.

IDEIA CRIATIVA: A campanha traz elementos que a tornam de fácil identificação e memorização, criando uma união entre as peças, além disso, destaca os prêmios recebidos pelo grupo, buscando trazer esse reconhecimento ao público, mas poderia ter utilizado mais de alguns setores produtivos para reforçar ainda mais a presença, assim como trazer os meios de contato com a DME nas peças.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: Elenca muito bem os veículos de comunicação que poderiam ser utilizados para a campanha, no entanto os dados poderiam ter tido uma apresentação visualmente mais aprimorada. Não disponibiliza custos de criação na planilha apresentada.

A partir de todas as justificativas apresentadas, considero as seguintes notas atribuídas respectivamente: RACIOCÍNIO BÁSICO – 21, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 13, IDEIA CRIATIVA – 18, ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – 6, totalizando **58 pontos**.

Licitante 2 – Campanha “#A DME é nossa”.

RACIOCÍNIO BÁSICO: A licitante procurou trabalhar principalmente o conceito de pertencimento visando gerar engajamento na população e identificação com as ações atuais no contexto social, econômico e ambiental, no entanto poderia ter focado mais na empresa, sendo mais concisa na apresentação, já que muitas informações são direcionadas para a cidade de Poços de Caldas.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: A campanha #aDMEéNOSSA, tem uma imagem

QAP

moderna e trabalha bem com o sentimento de pertencimento da população para com a empresa, buscando criar essa identificação, mas poderia ter trabalhado melhor com o reconhecimento já existente no mercado.

IDEIA CRIATIVA: As peças possuem boa qualidade e disponibilizam canais de contato à população, e exaltam a presença da DME em diversas atividades, em alguns casos poderiam ter sido melhoradas no quesito gráfico, também poderiam apresentar as premiações recebidas e empresas que compõem o grupo.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: A visualização da pesquisa realizada é fácil e agradável, com gráficos e tabelas bem elaborados, os dados disponibilizados são detalhados e há uma ampla utilização de recursos, incluindo aplicativo próprio do grupo DME.

Seguem notas atribuídas respectivamente, de acordo com as justificativas apresentadas acima:

RACIOCÍNIO BÁSICO – 22, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 13, IDEIA CRIATIVA – 17, ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – 08, totalizando **60 pontos**.

Em relação às vias identificadas seguem abaixo todas as justificativas, além das notas respectivas.

AGÊNCIA ARKUS

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Possui profissionais altamente qualificados, boa estrutura física e filiais no Brasil e exterior, porém a matriz da agência não é próxima à cidade de Poços de Caldas, sede do grupo DME.

INVESTIMENTO EM ESTRUTURA DE ATENDIMENTO: Apresenta grande capacidade em material investido para produção e atendimento.

PORTFÓLIO: Demonstra uma boa criatividade na criação das campanhas, atuou junto à grandes empresas e diversos entes públicos, acredito que poderia ter apresentado uma maior qualidade gráfica e variedade de material.

CASES: Demonstrou sucesso nas campanhas realizadas, atingindo os objetivos de seus clientes, porém poderia ter apresentado uma variedade maior de cases para a avaliação.

Seguem notas atribuídas respectivamente, de acordo com as justificativas apresentadas acima:

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 03, INVESTIMENTO EM ESTRUTURA DE ATENDIMENTO – 05, PORTFÓLIO – 04, CASES – 04, totalizando **16 pontos**.

AGÊNCIA VISUALIZE

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Localização próxima, equipe capacitada e bastante know-how, tendo apresentado experiência de 24 anos no mercado. Em certa parte do relatório troca o nome da empresa contratante.

INVESTIMENTO EM ESTRUTURA DE ATENDIMENTO: Conta com equipe disponível para deslocamentos e bom investimento em equipamentos e estrutura física.

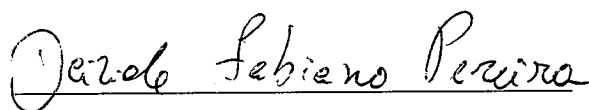
PORTFÓLIO: Peças apresentadas de qualidade alta, incluindo o material físico, bastante criatividade, grande quantidade para avaliação.

CASES: Boa qualidade gráfica e demonstra atingir os objetivos almejados.

Seguem notas atribuídas respectivamente, de acordo com as justificativas apresentadas acima:

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 04, INVESTIMENTO EM ESTRUTURA DE ATENDIMENTO – 04, PORTFÓLIO – 05, CASES – 05, totalizando **18 pontos**.

Poços de Caldas, 03 de fevereiro de 2022.



Deivide Fabiano Pereira
Membro da Subcomissão Técnica