



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

CONCORRÊNCIA Nº: 2/2014

CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 1/2014

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

ATA DE REUNIÕES DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO

Entre os dias 16 e 27 de outubro de 2014 a Subcomissão Técnica de Licitação da CMBH, constituída pelos senhores GUILHERME BRANDÃO MINASSA, KEMIL ACIB SIQUEIRA e pela senhora JANAINA MAQUIAVELI CARDOSO, abaixo assinados, reuniu-se no Plenário Portugal da CMBH, à Avenida dos Andradas, nº 3.100, Bairro Santa Efigênia, para as seguintes deliberações:

- I. Análise detalhada do Edital e dos quesitos de avaliação técnica nele estipulados.
- II. Elaboração de *checking list* para conferência dos termos técnicos exigidos.
- III. Análise do Invólucro I do Edital, no total de 07 (sete) propostas concorrentes.

Da análise das propostas pertinentes ao Invólucro I, devidamente lacradas e não identificadas, apresentadas por cada uma das 07 (sete) agências competidoras, resultou uma tabela de notas decorrentes da média aritmética das notas distribuídas por cada integrante da Subcomissão, relativas aos quesitos e à distribuição de pontos estipulados em Edital, a saber:

- a) Raciocínio básico: pontuação máxima de 10 pontos.
- b) Estratégia de Comunicação: pontuação máxima de 25 pontos.
- c) Ideia Criativa: pontuação máxima de 25 pontos.
- d) Estratégia de Mídia e Não mídia: pontuação máxima de 10 pontos.

A fim de dar ciência às competidoras acerca das notas e dos comentários técnicos atribuídos às suas respectivas propostas pela Subcomissão, bem como assegurar o amplo acesso à informação a quem por ela possa se interessar, em se tratando o objeto da presente licitação de concorrência pública para contratação de agência para prestação de serviços de publicidade, seguem abaixo as tabelas de notas e os comentários técnicos da Subcomissão Técnica de Licitação:

CAMPANA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
C.P.L. Nº 05/06/2014 10:58 000868 001

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the bottom center and several smaller ones to the right and above.



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

0289 e

INVÓLUCRO I – PROPOSTA 1/7:

Tabela 1: Distribuição de notas – Invólucro I – Proposta 1/7:

CAMPANHA 1/7: PARTICIPAÇÃO POPULAR DIGITAL				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Raciocínio Básico [máx. 10 pts]	6,50	6,00	5,00	5,83
Estratégia de Comunicação [máx. 25 pts]	16,25	15,0	12,50	14,58
Ideia Criativa [máx. 20 pts]	12,00	10,0	10,00	10,66
Estratégia de mídia e não mídia [máx. 10 pts]	6,00	5,00	6,00	5,66
TOTAL:				36,73

Considerações gerais:

- Raciocínio básico e Estratégia de Comunicação: defasagem em relação aos contextos políticos. Não há referência às manifestações de junho de 2013, nas quais a CMBH foi cenário.
- A proposta da campanha não apresenta novidade criativa.
- Não foram apresentados orçamento de produção e plano de execução relativos à não mídia dos totens. No orçamento foi proposto um único totem itinerante para toda a cidade.
- Não foi criado um endereço na web para acesso das informações contidas no código QRCode.
- O plano de mídia é padrão. Contempla apenas os veículos tradicionais e não atinge a diversidade da população/públicos.
- Faltou atrativos para estimular a participação e o envolvimento dos funcionários e vereadores da CMBH.

CÂM. M. B. H. 03/ABV/2014 - 10:58 000069 1002

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

INVÓLUCRO I – PROPOSTA 2/7:

Tabela 2: Distribuição de notas – Invólucro I – Proposta 2/7:

CAMPANHA 2/7: SEJA OUVIDO ONDE ESTIVER				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Raciocínio Básico [máx. 10 pts]	8,00	7,00	8,50	7,83
Estratégia de Comunicação [máx. 25 pts]	21,25	20,00	22,50	21,25
Ideia Criativa [máx. 20 pts]	14,00	13,00	14,00	13,66
Estratégia de mídia e não mídia [máx. 10 pts]	6,00	5,50	6,00	5,83
TOTAL:				48,57

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature on the left and several smaller ones on the right and bottom.



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

0290

Considerações gerais:

- a) Raciocínio básico: houve um bom entendimento da campanha com identificação da necessidade de novos mecanismos de interação, mas faltou referência aos acontecimentos políticos recentes em BH e no Brasil, como eleições 2014, manifestações de junho de 2013, movimento passe livre.
- b) A estratégia de comunicação é muito boa. Tem o intuito de informar e mobilizar, estimulando o acesso e o interesse pelo Legislativo. Mas definir a população de Belo Horizonte como público alvo é muito vago.
- c) A ideia criativa tem pontos importantes, como a criação para as mídias digitais adequando o conteúdo ao meio proposto e aos temas e projetos da CMBH. Já na criação para as peças dos veículos de mídia convencional fica no lugar comum.
- d) A estratégia de mídia e não mídia é o ponto mais vulnerável da proposta. As ações de não mídia para as propostas da estratégia não tiveram uma correspondência no plano proposto. Muitas ações interessantes ficaram por conta da CMBH e, assim, fora do orçamento.

INVÓLUCRO I – PROPOSTA 3/7:

Tabela 3: Distribuição de notas – Invólucro I – Proposta 3/7:

CAMPANHA 3/7: DECIDINDO JUNTOS PELA CIDADE				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Raciocínio Básico [máx. 10 pts]	7,00	6,50	7,00	6,83
Estratégia de Comunicação [máx. 25 pts]	16,25	15,00	15,00	15,41
Ideia Criativa [máx. 20 pts]	12,00	12,00	12,00	12,00
Estratégia de mídia e não mídia [máx. 10 pts]	5,00	5,00	4,00	4,66
TOTAL:				38,90

Considerações gerais:

- a) Raciocínio básico, estratégia e ideia criativa foram sustentados pelo princípio de interação e engajamento via comunicação digital, o que parece bastante positivo em função do acesso que a internet oferece.
- b) No entanto houve apenas um esboço do princípio de interatividade na criação das peças propostas.
- c) Não foi previsto orçamento para desenvolvimento, implantação e manutenção das plataformas digitais sugeridas - hotsite e aplicativo – como parte das ações de comunicação.
- d) Não foi previsto suporte para mediação de críticas e outras interações.
- e) Não foram apresentadas opções para ações de não mídia.
- f) A mídia metrô não contempla todas as estações da cidade.

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
"14.º L.º" 03/Nov/2014 10:58 000868 V05



INVÓLUCRO I – PROPOSTA 4/7:

Tabela 4: Distribuição de notas – Invólucro I – Proposta 4/7:

CAMPANHA 4/7: CLIQUE E META O DEDO NAS LEIS				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Raciocínio Básico [máx. 10 pts]	4,00	4,00	6,00	4,66
Estratégia de Comunicação [máx. 25 pts]	10,00	12,00	12,00	11,33
Ideia Criativa [máx. 20 pts]	7,00	8,00	10,00	8,33
Estratégia de mídia e não mídia [máx. 10 pts]	4,00	5,00	6,00	5,00
TOTAL:				29,32

Considerações gerais:

- No raciocínio básico houve uma contextualização mais ampla sobre democracia participativa, mas acontecimentos importantes do Brasil e Belo Horizonte dos últimos anos não foram abordados.
- A campanha apresenta um argumento importante: a participação da vida política da cidade após o voto. No entanto, este argumento não foi desenvolvido de modo consistente e adequado nas etapas subsequentes.
- Assim como nas outras propostas, não houve uma preocupação em conhecer a CMBH, o funcionamento da casa e a participação da população.
- Não foi explicitada a pesquisa sobre a imagem da Câmara na cidade a que se refere a proponente.
- A estratégia de comunicação publicitária pretendia atingir o macro e o micro cenários da cidade, sugerindo táticas de comunicação dirigida, com destaque para hotspots e ações segmentadas, o que não se traduziu nas ações táticas propostas e nem nas estratégias de mídia e não mídia.
- Na ideia criativa o mote da campanha preocupa. Pode dar espaço para reações indesejadas. Mas a ideia do VT é elogiável.
- Faltou o plano para estratégias não mídia.
- Os folders e ações hotspots não foram orçadas.

IMP. P. 1. n. 03/2014/2014 10:59 000868

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

0292

INVÓLUCRO I – PROPOSTA 5/7:

Tabela 5: Distribuição de notas – Invólucro I – Proposta 5/7:

CAMPANHA 5/7: A CÂMARA MUNICIPAL É DE BH				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Raciocínio Básico [máx. 10 pts]	8,00	7,50	8,00	7,83
Estratégia de Comunicação [máx. 25 pts]	20,75	16,50	16,00	17,75
Ideia Criativa [máx. 20 pts]	14,00	14,00	12,00	13,33
Estratégia de mídia e não mídia [máx. 10 pts]	6,00	5,00	5,00	5,33
TOTAL:				44,24

Considerações gerais:

- Proposta tecnicamente bem apresentada.
- Textos do raciocínio básico da estratégia coerentes.
- Apresentação visual de boa qualidade.
- Boa diversidade de peças.
- O mote – a Câmara Municipal é de BH é muito bem apropriado.
- Entendimento mais amplo do público em relação a outras propostas.
- Do ponto de vista da ideia criativa, a proposta privilegia aspectos institucionais em detrimento dos produtos que compõem o objeto da licitação.
- A diversidade de públicos e ações sugeridas não foram contempladas na estratégia de mídia e não mídia.

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
“C.P.L.” 03/Nov/2014 10:59 000868 W05

INVÓLUCRO I – PROPOSTA 6/7:

Tabela 6: Distribuição de notas – Invólucro I – Proposta 6/7:

CAMPANHA 6/7: CIDADÃO CONECTADO A CMBH				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Raciocínio Básico [máx. 10 pts]	3,00	3,50	4,00	3,50
Estratégia de Comunicação [máx. 25 pts]	5,00	5,00	6,00	5,33
Ideia Criativa [máx. 20 pts]	4,00	3,50	4,00	3,83
Estratégia de mídia e não mídia [máx. 10 pts]	2,00	2,00	3,00	2,33
TOTAL:				14,99

Considerações gerais:

- O raciocínio básico não apresenta novidades; além disso, é muito vago.
- A estratégia de comunicação publicitária é confusa e equivocada. Resume-se a um conjunto de ações inexecutáveis.
- A ideia criativa é direcionada somente para um público.

5



- d) Não há conceito nem mote principal de criação. Não apresenta as peças listadas no item anterior.
- e) A estratégia de mídia e não mídia não atende as exigências do edital e do objeto da licitação.

INVÓLUCRO I – PROPOSTA 717:

Tabela 7: Distribuição de notas – Invólucro I – Proposta 717:

CAMPANHA 717: UMA BH MELHOR COMEÇA ASSIM				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Raciocínio Básico [máx. 10 pts]	8,00	9,00	8,00	8,33
Estratégia de Comunicação [máx. 25 pts]	22,00	22,00	19,00	21,00
Ideia Criativa [máx. 20 pts]	18,00	19,00	18,00	18,33
Estratégia de mídia e não mídia [máx. 10 pts]	6,00	8,00	8,00	7,33
TOTAL:				54,99

Considerações gerais:

- a) A proposta foi a que apresentou maior homogeneidade entre os quesitos técnicos apresentados, com exceção da estratégia de mídia, que foi convencional, e não mídia, que não foi contemplada.
- b) O raciocínio básico e a estratégia de comunicação publicitária foram os que melhor traduziram as exigências do edital. Tangibilizaram o objeto e os objetivos da licitação. A ressalva é para pesquisa realizada pela agência, que carece de credibilidade, tendo em vista a ausência de condução metodológica adequada.
- c) A ideia criativa foi a que melhor traduziu a estratégia. As peças têm unidade e aproximam bem e de maneira criativa das pessoas os assuntos da Câmara Municipal de BH.

Belo Horizonte, 27 de outubro de 2014.


GUILHERME BRANDÃO MINASSA.

Integrante Interno da Subcomissão Técnica de Licitação da CMBH


KEMIL ACIB SIQUEIRA.

Integrante Interno da Subcomissão Técnica de Licitação da CMBH


JANAINA MAQUIAVELI CARDOSO.

Integrante Externo da Subcomissão Técnica de Licitação da CMBH

CAMPANHA: I - PARTICIPAÇÃO POPULAR DIGITAL

02946

QESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
1 Raciocínio Básico	10 pontos	6,5	6,0	5,0	5,83
2 Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos	16,25	15,0	12,5	14,58
3 Idéia Criativa	20 pontos	12,0	10,0	10,0	10,66
4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos	6,0	5,0	6,0	5,66

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
 27/10/14

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
~~*[Handwritten signature]*~~

[Handwritten signature]

CAMPANHA: II : Seja ouvido de onde estiver

02950

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
1 Raciocínio Básico	10 pontos	8,00	7,00	8,50	7,83
2 Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos	21,25	20,00	22,50	21,25
3 Idéia Criativa	20 pontos	14,00	13,00	14,00	13,66
4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos	6,00	5,50	6,00	5,83

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature] 27/10/14.

[Handwritten signature]

CAMPAÑA MUNICIPAL DE BELLO HORIZONTE
 03/11/2014 11:00 008989 V08

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

CAMPANHA: III : *Decidindo juntos pela cidade - a educação tem com a sua participação*

0296

QESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
1 Raciocínio Básico	10 pontos	7,0	6,5	7,0	6,83
2 Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos	16,25	15,0	15,0	15,41
3 Idéia Criativa	20 pontos	12,0	12,0	12,0	12,0
4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos	5,0	5,0	4,0	4,66

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
 27/10/14

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

03/10/2014 11:00 000888 109

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

[Handwritten mark]

CAMPANHA: IV: CLIQUE E META O DEPO NAS LEIS.

0297

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
1 Raciocínio Básico	10 pontos	4,0	4,0	6,0	4,66
2 Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos	10,0	12,0	12,0	11,33
3 Idéia Criativa	20 pontos	7,0	8,0	10,0	8,33
4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos	4,0	5,0	6,0	5,00

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature]

27/10/14.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

03/NOV/2014 11:00 000869 V10

BANCA NUNCIAL DE SELO HORIZONTE

[Handwritten mark]

CAMPANHA: V: A câmara municipal é de Belo Horizonte

0298

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
1 Raciocínio Básico	10 pontos	8,0	7,5	8,0	7,83
2 Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos	20,75	16,5	16,0	17,75
3 Idéia Criativa	20 pontos	14,0	14,0	12,0	13,33
4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos	6,0	5,0	5,0	5,33

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signatures and notes]
 22/10/14.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

CAMPANHA: VI: O cidadão conectado com a CMBH

0299

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
1 Raciocínio Básico	10 pontos	3,0	3,5	4,0	3,50
2 Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos	5,0	5,0	6,0	5,33
3 Idéia Criativa	20 pontos	4,0	3,5	4,0	3,83
4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos	2,0	2,0	3,0	2,33

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature]

27/10/14

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

CAMPANHA: VII : Uma BH melhor começa assim

0300

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
1 Raciocínio Básico	10 pontos	8,00	9,00	8,00	8,33
2 Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos	22,00	22,00	19,00	21,00
3 Idéia Criativa	20 pontos	18,00	19,00	18,00	18,33
4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos	6,00	8,00	8,00	7,33

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário



 AP 27/10/14.



CONCORRÊNCIA Nº: 2/2014

CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 1/2014

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

ATA DE REUNIÕES DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO

Entre os dias 28 e 31 de outubro de 2014 a Subcomissão Técnica de Licitação da CMBH, constituída pelos senhores GUILHERME BRANDÃO MINASSA, KEMIL ACIB SIQUEIRA REIS e pela senhora JANAINA MAQUIAVELI CARDOSO, abaixo assinados, reuniu-se nos Plenários Paulo Portugal e JK da CMBH, à Avenida dos Andradas, nº 3.100, Bairro Santa Efigênia, para as seguintes deliberações:

- I. Análise dos quesitos de avaliação técnica estipulados em Edital.
- II. Elaboração de *checking list* para conferência dos termos técnicos exigidos.
- III. Análise do Invólucro III do Edital, no total de 07 (sete) agências concorrentes.

Da análise do material identificado pertinente ao Invólucro III, entregues por cada uma das 07 (sete) agências competidoras, resultou uma tabela de notas decorrentes da média aritmética das notas distribuídas por cada integrante da Subcomissão, relativas aos quesitos e à distribuição de pontos estipulados em Edital, a saber:

- a) Capacidade de atendimento: pontuação máxima de 10 pontos.
- b) Repertório: pontuação máxima de 10 pontos.
- c) Relatos de soluções de problemas de comunicação: pontuação máxima de 10 pontos.
- d) Experiência anterior: pontuação máxima de 5 pontos.

A fim de dar ciência às competidoras acerca das notas e dos comentários técnicos atribuídos aos seus documentos pela Subcomissão, bem como assegurar o amplo acesso à informação a quem por ela possa se interessar, em se tratando o objeto da presente licitação de concorrência pública para contratação de agência para prestação de serviços de publicidade, seguem abaixo as tabelas de notas e os comentários técnicos da Subcomissão Técnica de Licitação:

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
ATA Nº 03/09/2014 11:02 000069 001



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

0302

INVÓLUCRO III – AGÊNCIA 1/7:

Tabela 1: Distribuição de notas – Invólucro III – Agência 1/7:

AGÊNCIA 1/7: FAZCOMI				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Capacidade de atendimento [máx. 10 pts]	7,00	6,50	6,00	6,50
Repertório [máx. 10 pts]	6,00	6,00	6,00	6,00
Relatos de soluções de problemas de comunicação [máx. 10 pts]	6,00	6,00	7,00	6,33
Experiência anterior [máx. 5 pts]	5,00	5,00	5,00	5,00
TOTAL:				23,83

Considerações gerais:

- Capacidade de atendimento: infra-estrutura e equipe adequadas, porém sem ferramentas específicas para o que exige, atualmente, a comunicação pública, tendo em vista os cenários políticos contemporâneos no país. Não foi indicado de que forma ferramentas como planejamento ativo e SGI podem ser aplicadas ao atendimento à CMBH.
- Portfólio: peças com criação e produção corretas, porém sem grandes inovações, ou seja, repete-se uma espécie de "formalidade" no discurso. Experiência de atendimento restrita ao mercado mineiro.
- Cases: ao contrário do que se espera de um case, os resultados obtidos não foram contrapostos ao que se esperava da comunicação, como estratégia de solução de problemas. A apresentação dos cases pareceu-nos auto-referenciada, com dados insuficientes para uma avaliação mais balizada dos resultados objetivos da campanha.
- Experiência anterior comprovada: cumpre as exigências do edital para pontuação máxima.

INVÓLUCRO III – AGÊNCIA 2/7:

Tabela 2: Distribuição de notas – Invólucro III – Agência 2/7:

AGÊNCIA 2/7: PERFIL 252				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Capacidade de atendimento [máx. 10 pts]	8,00	7,50	8,00	7,83
Repertório [máx. 10 pts]	7,50	7,50	8,00	7,66
Relatos de soluções de problemas de comunicação [máx. 10 pts]	8,25	8,50	8,00	8,25
Experiência anterior [máx. 5 pts]	5,00	5,00	5,00	5,00
TOTAL:				28,74

Considerações gerais:

- Capacidade de atendimento: boa infra-estrutura; disponibilidade de toda a sua equipe para o atendimento à CMBH. É uma agência que já atendeu a CMBH, o que pode denotar tanto um



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

0303

- entendimento da instituição quanto, sobretudo, a necessidade de melhorias na gestão da conta. Experiência apresentada de atendimento restrita ao mercado mineiro.
- b) **Portfólio:** boa apresentação técnica do portfólio. Exceto pela ênfase em peças da PBH, houve um cuidado na escolha de clientes e segmentos diversificados de negócio.
 - c) **Cases:** boa escolha de cases ligados a problemas de comunicação de interesse público. Boa percepção dos problemas e públicos a serem atingidos pelas campanhas. Peças com critérios elevados de produção técnica e criativa.
 - d) **Experiência anterior comprovada:** cumpre as exigências do edital para pontuação máxima.

INVÓLUCRO III – AGÊNCIA 3/7:

Tabela 3: Distribuição de notas – Invólucro III – Agência 3/7:

AGÊNCIA 3/7: POP CORN					
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA	
Capacidade de atendimento [máx. 10 pts]	7,00	6,50	7,00	6,83	
Repertório [máx. 10 pts]	6,00	6,00	7,00	6,33	
Relatos de soluções de problemas de comunicação [máx. 10 pts]	6,00	5,50	7,00	6,16	
Experiência anterior [máx. 5 pts]	5,00	5,00	5,00	5,00	
TOTAL:				24,32	

Considerações gerais:

- a) **Capacidade de atendimento:** infra-estrutura padrão adequada às exigências e ao porte da conta. Experiência apresentada de atendimento restrita ao mercado mineiro.
- b) **Portfólio:** peças fragmentadas, sem campanha(s) completa(s) e de alta complexidade, embora tecnicamente corretas.
- c) **Cases:** os resultados apresentados no case da Vale não mostram indicadores de solução dos problemas que motivaram a campanha, a saber: redução efetiva de acidentes de trabalho e problemas a eles relacionados. Já o case da Orquestra Filarmônica mencionou resultados relativos ao aumento de assinaturas, sem quantificá-los a ponto de se chegar a indicadores de sucesso efetivo da campanha.
- d) **Experiência anterior comprovada:** cumpre as exigências do edital para pontuação máxima.

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
12.03.14 08:24:30/2014 11:02 000069 103



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

INVÓLUCRO III – AGÊNCIA 4/7:

Tabela 4: Distribuição de notas – Invólucro III – Agência 4/7:

AGÊNCIA 4/7: INOVATE				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Capacidade de atendimento [máx. 10 pts]	7,00	6,50	6,00	6,50
Repertório [máx. 10 pts]	6,00	6,00	6,00	6,00
Relatos de soluções de problemas de comunicação [máx. 10 pts]	6,00	6,00	6,50	6,16
Experiência anterior [máx. 5 pts]	5,00	5,00	5,00	5,00
TOTAL:				23,66

Considerações gerais:

- a) Capacidade de atendimento: infra-estrutura padrão adequada às exigências e ao porte da conta. Estrutura que ressalta uma atenção especial da agência para as novas mídias, no que diz respeito a equipamentos e equipe. Experiência de atendimento atualmente restrita ao mercado mineiro, já que o trabalho apresentado para a Prefeitura de Osasco data de 2007.
- b) Portfólio: não indica um nível aprofundado de relacionamento da agência para com os clientes e as peculiaridades de seus respectivos negócios, embora tecnicamente as peças tenham sido bem produzidas.
- c) Cases: planejamento estratégico de mídia ajustado aos problemas do cliente que a campanha se propôs solucionar, no caso do case Arcata; embora os resultados apresentados não tenham sido sustentados por indicadores provenientes do cliente. Já no case Intermedium, não houve uma diversidade de ações e de mídias que tornasse o case escolhido suficientemente completo ou compatível com as necessidades de comunicação da CMBH.
- d) Experiência anterior comprovada: cumpre as exigências do edital para pontuação máxima.

INVÓLUCRO III – AGÊNCIA 5/7:

Tabela 5: Distribuição de notas – Invólucro III – Agência 5/7:

AGÊNCIA 5/7: DESAFIO COMUNICAÇÃO				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Capacidade de atendimento [máx. 10 pts]	4,50	4,00	6,00	4,83
Repertório [máx. 10 pts]	5,00	5,00	5,00	5,00
Relatos de soluções de problemas de comunicação [máx. 10 pts]	4,50	4,50	5,00	4,66
Experiência anterior [máx. 5 pts]	5,00	5,00	5,00	5,00
TOTAL:				19,49

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
11/03/2014 11:03 000869 004

Handwritten signature and scribbles

Five handwritten signatures in blue ink



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

Considerações gerais:

- a) Capacidade de atendimento: unidades em São Paulo, Rio de Janeiro, Campinas e Belo Horizonte. Cerca de 80 profissionais, no total, parte deles alocados em um núcleo específico para o atendimento à CMBH. No entanto, houve poucas informações disponibilizadas sobre o funcionamento, propriamente, da estrutura do núcleo BH, que mais interessa à licitante.
- b) Portfolio: uma deficiência foi a apresentação exclusiva de peças gráficas e ações promocionais de varejo no portfolio da agência, o que parece indicar um predomínio de experiência em comunicação direta, em detrimento da comunicação integrada exigida em Edital.
- c) Cases: os cases apresentados reiteram as características do portfolio, podendo indicar limitações, por parte da concorrente, quanto à produção de campanhas que envolvam mídia eletrônica, mídia digital e não mídia, tal como comportadas pelo orçamento de publicidade da CMBH.
- d) Experiência anterior comprovada: cumpre as exigências do edital para pontuação máxima.

INVÓLUCRO III – AGÊNCIA 6/7:

Tabela 6: Distribuição de notas – Invólucro III – Agência 6/7:

AGÊNCIA 6/7: RC COMUNICAÇÃO				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Capacidade de atendimento [máx. 10 pts]	8,20	7,75	8,00	7,98
Repertório [máx. 10 pts]	7,70	7,75	7,00	7,48
Relatos de soluções de problemas de comunicação [máx. 10 pts]	8,50	8,50	8,00	8,33
Experiência anterior [máx. 5 pts]	5,00	5,00	5,00	5,00
TOTAL:				28,79

Considerações gerais:

- a) Capacidade de atendimento: infra-estrutura padrão adequada às exigências e ao porte da conta. Experiência de atendimento para além do mercado mineiro com clientes próprios e acordos operacionais de amplitude nacional, embora não no momento.
- b) Portfolio: conjunto de campanhas e de peças bastante diversificado, para além das contas públicas que se destacam, em geral, dentre as proponentes. Técnica e plasticamente, o material apresentado é bem produzido e contempla ações de interesse público.
- c) Cases: bem formulados, apresentando embasamento analítico de informações sobre os temas que substanciaram as campanhas. Boa proposição de integração com os públicos-alvo, a partir da construção de plataformas digitais como parte da solução dos problemas diagnosticados.

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

1:03 000369 V05

Handwritten notes and signatures on the right margin.



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

0306

d) Experiência anterior comprovada: cumpre as exigências do edital para pontuação máxima.

INVÓLUCRO III – AGÊNCIA 717:

Tabela 7: Distribuição de notas – Invólucro III – Agência 717:

AGÊNCIA 717: 18 COMUNICAÇÃO				
QUESITOS	NOTA 1	NOTA 2	NOTA 3	MÉDIA
Capacidade de atendimento [máx. 10 pts]	7,00	8,50	7,00	7,50
Repertório [máx. 10 pts]	7,20	8,25	8,00	7,81
Relatos de soluções de problemas de comunicação [máx. 10 pts]	7,00	8,50	7,00	7,50
Experiência anterior [máx. 5 pts]	5,00	5,00	5,00	5,00
TOTAL:				27,81

Considerações gerais:

- Capacidade de atendimento: infra-estrutura padrão adequada às exigências e ao porte da conta. É uma agência que já atendeu a CMBH, o que pode denotar tanto um entendimento da instituição quanto, sobretudo, a necessidade de melhorias na gestão da conta.
- Portfólio: diversificado e de alta qualidade técnica; boas soluções plásticas para divulgação de eventos no espaço público de Belo Horizonte; poucos clientes/campanhas de interesse e utilidade pública.
- Cases: as peças que compõem o case da Vale são bem produzidas, mas com poucos indicativos de penetração efetiva nas comunidades afetadas do entorno das minas, ou seja, sem uma identificação precisa do público a ser atingido e dos resultados nele obtidos. Parece-nos, pelos dados apresentados, que o êxito da campanha concentra-se apenas nos seus índices de recall. No case Cemig: boas soluções criativas e de produção, com destaque para o apelo de utilidade pública no uso racional da energia. Entretanto, identificou-se um certo distanciamento entre os objetivos de comunicação e a solução proposta.
- Experiência anterior comprovada: cumpre as exigências do edital para pontuação máxima.

Belo Horizonte, 31 de outubro de 2014.

GUILHERME BRANDÃO MINASSA.

Integrante Interno da Subcomissão Técnica de Licitação da CMBH

KEMIL ACIB SIQUEIRA REIS.

Integrante Interno da Subcomissão Técnica de Licitação da CMBH

JANAINA MAQUIAVELI CARDOSO.

Integrante Externo da Subcomissão Técnica de Licitação da CMBH

C.A. n.º 03/Nov/2014 11:03 000869 006

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

[Handwritten signatures and initials]

[Handwritten signatures and initials]

03076

LICITANTE: (1) FAZCOM!

Q	Q	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
			MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
5	Capacidade de Atendimento	10 pontos	7,0	6,5	6,0	6,50
6	Repertório	10 pontos	6,0	6,0	6,0	6,00
7	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - cases	10 pontos	6,0	6,0	7,0	6,33
8	Experiência Anterior	5 pontos	5,0	5,0	5,0	5,00

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature]
31/10/14

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

LICITANTE: 2: Perfil 252

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
5 Capacidade de Atendimento	10 pontos	8,00	7,50	8,00	7,83
6 Repertório	10 pontos	7,50	7,50	8,00	7,66
7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - cases	10 pontos	8,25	8,50	8,00	8,25
8 Experiência Anterior	5 pontos	5,00	5,00	5,00	5,00

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature]
31/10/14

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

[Handwritten marks]

[Handwritten mark]

LICITANTE: 3: PopCepn

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
5 Capacidade de Atendimento	10 pontos	7,0	6,5	7,0	6,83
6 Repertório	10 pontos	6,0	6,0	7,0	6,33
7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - cases	10 pontos	6,0	5,5	7,0	6,16
8 Experiência Anterior	5 pontos	5,0	5,0	5,0	5,0

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature]

03/10/14

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

CPMO MUNICIPAL DE BELA HORIZONTE
 Rua ... 11005-000359-009

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

LICITANTE: 4 - Inovate

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
5 Capacidade de Atendimento	10 pontos	7,0	6,5	6,0	6,5
6 Repertório	10 pontos	6,0	6,0	6,0	6,0
7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - cases	10 pontos	6,0	6,0	6,5	6,16
8 Experiência Anterior	5 pontos	5,0	5,0	5,0	5,0

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature] 13/10/14.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

CARTELA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
11/01/2014 08/NOV/2014 11:03 000869 V10

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

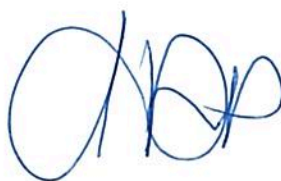
[Handwritten mark]

LICITANTE: 5 DESAFIO COMUNICAÇÃO						
QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL	
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3		
5	Capacidade de Atendimento	10 pontos	4,50	4,00	6,00	4,83
6	Repertório	10 pontos	5,00	5,00	5,00	5,00
7	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - cases	10 pontos	4,50	4,50	5,00	4,66
8	Experiência Anterior	5 pontos	5,00	5,00	5,00	5,00

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário



PP 31/10/14.







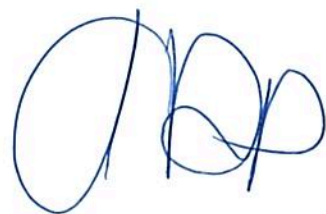
LICITANTE: 6) RC COMUNICAÇÃO

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
5 Capacidade de Atendimento	10 pontos	8,20	7,75	8,0	7,98
6 Repertório	10 pontos	7,70	7,75	7,0	7,48
7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - cases	10 pontos	8,50	8,50	8,0	8,33
8 Experiência Anterior	5 pontos	5,00	5,00	5,0	5,0

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário



90
11/31/10/14





LICITANTE: 7 - 18 COMUNICAÇÃO

QESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DOS MEMBROS			PONTUAÇÃO FINAL
		MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	
5 Capacidade de Atendimento	10 pontos	7,0	8,50	7,0	7,50
6 Repertório	10 pontos	7,20	8,25	8,0	7,81
7 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - cases	10 pontos	7,0	8,50	7,0	7,50
8 Experiência Anterior	5 pontos	5,0	5,0	5,0	5,0

Para justificar as pontuações, utilizar a parte inferior e/ou o verso deste formulário

[Handwritten signature] 21/10/14

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]