



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

## ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2019 – TIPO DE LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO

Aos vinte dias do mês de novembro do ano de dois mil e dezenove, na Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, reuniram-se, a partir das 10h40min, os membros da Subcomissão Técnica de Licitação nomeada pela Comissão Especial de Licitação, via sorteio, no Plenário da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, realizado em sessão pública no dia vinte e quatro do mês de setembro de dois mil e dezenove. A Subcomissão Técnica é integrada pelos servidores Cristina Loose, Assessora Parlamentar; Thiago Yoshio Fingstag Kodama; Técnico Operacional; e pela profissional da área de Jornalismo, sem vínculo com a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, Cassiana Marra Ivanoski. Comissão esta responsável por julgar as propostas técnicas das empresas que participaram do processo licitatório de escolha da Agência de Publicidade que prestará serviços desta área à Câmara Municipal de Foz do Iguaçu. Para julgamento dos quesitos técnicos das propostas apresentadas pelas concorrentes, a Subcomissão recebeu das mãos do Presidente da Comissão Especial de Licitação – o servidor Waldecir Francisco Gonçalves dos Santos, o invólucro nº 01 previamente aberto pela Comissão de Licitação (conforme item 23.2.6 – letra “a” do Edital de Licitação – Concorrência nº 001/2019), sem qualquer código, marca, rubrica, sinal, rasura ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria. Com o objetivo de facilitar a análise das propostas, as campanhas contidas no invólucro foram acondicionadas em pastas por esta subcomissão técnica de licitação. Os nomes das pastas são: **A, B e C**. Tendo, então como base o disposto no item 12 – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS do edital, serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito: **quesito PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**, num máximo de 60 (sessenta) pontos subdivididos nos subquesitos **Raciocínio Básico** (atendendo os seguintes critérios de avaliação: **a.** a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu e do contexto de sua atuação; **b.** a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; **c.** a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Foz do Iguaçu e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing), num máximo de 10 (dez) pontos; **Estratégia de Comunicação Publicitária** (atendendo os seguintes critérios de avaliação: **a.** a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; **b.** a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito; **c.** as possibilidades de



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu com seus públicos; **d.** a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta; **e.** a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; **f.** a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial), num máximo de 20 (vinte) pontos; **Ideia Criativa** (atendendo os seguintes critérios de avaliação: **a.** o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária; **b.** a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; **c.** a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo; **d.** a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam; **e.** a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; **f.** a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo; **g.** a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento), num máximo de 20 (vinte) pontos; **Estratégia de Mídia e Não Mídia** (atendendo os seguintes critérios de avaliação: **a.** a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; **b.** a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia; **c.** a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária; **d.** a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia; **e.** o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência), num máximo de 10 (dez) pontos. No **subitem 12.3.3** - *A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.* Sendo estes os critérios analisados e julgados, divulgamos que a proposta que obteve maior pontuação técnica foi o **INVÓLUCRO ACONDICIONADO NA PASTA C**, com a pontuação final de 56,7; já a proposta que obteve a segunda colocação foi o **INVÓLUCRO ACONDICIONADO NA PASTA A**, com a pontuação final de 53,7; a proposta que obteve a terceira colocação foi o **INVÓLUCRO ACONDICIONADO NA PASTA B**, com a pontuação final de 49,8. Ressaltamos que as planilhas com o julgamento de cada proposta seguem anexas a esta ata, apresentando as pontuações e justificativas necessárias, firmadas no Edital da presente licitação. Registramos que a avaliação dos Invólucros nº 1 se encerraram às onze horas e quarenta minutos do dia vinte e um de novembro de dois mil e

AC  
B  
C



# Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

ESTADO DO PARANÁ

dezenove. Nada mais havendo a registrar, eu, Thiago Yoshio Fingstag Kodama, lavrei a presente Ata que, após lida, será firmada pelos componentes presentes da Subcomissão Técnica de Licitação – Concorrência nº 001/2019.

---

**Thiago Yoshio Fingstag Kodama**

Titular

---

**Cristina Loose**

Titular

---

**Cassiana Marra Ivanoski**

Titular