

**PROCESSO ADMINISTRATIVO DE CONTRATAÇÃO Nº 226/17-MODALIDADE  
CONCORRÊNCIA Nº 001/17**

ATA DE JULGAMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, REFERENTE CONCORRÊNCIA Nº 001/2017, EM 08.01.2017, NA SEDE DO CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DE MINAS GERAIS.

Aos trinta e um dias do mês de janeiro de dois mil e dezoito, às 9 horas, reuniram-se na sede do Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais, situada na Rua Cláudia Manoel, 639, Savassi, em Belo Horizonte, Minas Gerais, reuniram-se os membros da subcomissão de licitação do CRCMG para julgamento das propostas técnicas das licitantes participantes da concorrência de nº 001/2017, cujo objeto é a contratação de agência de publicidade. O julgamento constituiu na análise e pontuação dos documentos contidos nos invólucros nº 01, Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada e nº 03, Proposta Técnica Capacidade de Atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação, via identificada.

Estavam presentes os seguintes membros da subcomissão técnica: Edvando José Baêta, Deborah Arduini Fernandes Corrêa e João Batista Villalba. Os trabalhos foram iniciados com a análise individualizada por cada um dos membros da subcomissão técnica e atribuída a pontuação para os quesitos do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia, bem como da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: Capacidade Geral de Atendimento, Estrutura Física e equipamentos, Pertinência da Sistemática de atendimento e prazos, Experiência da licitante no atendimento a outros clientes, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Após reunida todas as pontuações individualizadas dos membros, a subcomissão elaborou uma planilha geral com a pontuação total, para cada campanha, referente ao Plano de Comunicação Publicitária para cada licitante referente a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, conforme tabela abaixo:

PLANILHA GERAL INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA					
CAMPANHA: CONTADOR - PRESENÇA QUE TEM VALOR					
QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Soma das notas	Pontuação final por Quesito (média)
Raciocínio Básico	09	10	10	29	9,66

*Eja*  
*Deborah*  
*João*

Estratégia de Comunicação Publicitária	18	18	18	54	18
Ideia Criativa	18	16	19	53	17,66
Estratégia de Mídia e não Mídia	08	09	09	26	8,66
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE</b>					<b>53,98</b>

### **Raciocínio básico**

Através do Raciocínio Básico criado pela agência, é possível observar que houve um estudo aprofundado sobre o universo da contabilidade, demonstrando um amplo conhecimento da legislação federal. Com isso, a agência demonstra estar por dentro dos assuntos que são de importância tanto para o CRCMG quanto para a sociedade e profissionais da área no atual momento econômico vivido pelo país. Além disso, a agência demonstra compreender os variados papéis do Conselho e sua importância para fortalecer a imagem da contabilidade. Esse amplo conhecimento é necessário para que as futuras campanhas a serem criadas atinjam um resultado satisfatório imediato.

### **Estratégia de Comunicação Publicitária**

A empresa entendeu o perfil do público do CRCMG e as principais funções exercidas pelo Conselho. Com isso, essa estratégia fica bem definida em suas metas para alcançar os resultados desejados, sendo possível criar estratégias criativas visando atingir os diferentes públicos alvos de forma eficiente. Além disso, foi possível verificar a necessidade da criação de uma marca que ajudará a consolidar a imagem do Conselho e a valorização do profissional.

### **Ideia Criativa**

Foi possível observar que a agência conseguiu usar a estratégia de comunicação em suas peças. O uso de personagens reais faz com que a campanha seja mais atrativa.

### **Estratégia de Mídia e Não Mídia**

Com o público alvo definido, a agência soube definir e distribuir bem a verba em sua estratégia de comunicação, usando mídias atuais e tradicionais, atendendo aos diversos públicos. Demonstra entender como melhor utilizar esses meios para obter um resultado eficiente.

*Eja*  
*M. C. C.*  
*R*

**PLANILHA GERAL INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA  
 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

CAMPANHA: CRCMG – ÉTICA, TRANSPARÊNCIA E PROFISSIONALISMO

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Soma das notas	Pontuação final por Quesito (média)
Raciocínio Básico	8	7	7	22	7,33
Estratégia de Comunicação Publicitária	16	13	13	42	14
Ideia Criativa	12	11	10	33	11
Estratégia de Mídia e não Mídia	8	8	7	23	7,66
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE</b>					<b>39,99</b>

### **Raciocínio básico**

A empresa demonstrou ter pesquisado e entendido os diversos papéis da contabilidade e do CRCMG, sabendo inseri-los e contextualizá-los nas necessidades da sociedade e dos demais profissionais que necessitam do contador. Foi feita uma análise crítica do contexto e do exercício da profissão. Porém, se manteve mais focada em um dos princípios do CRCMG, que é fiscalizar, e não menciona outros "pilares" do Conselho, inclusive definido pela ISO, que é o registro e o desenvolvimento profissional. A política de gestão do CRCMG tem o compromisso de garantir a qualidade dos serviços de registro, fiscalização e educação continuada do profissional da Contabilidade, assegurando a melhoria contínua do sistema de gestão da qualidade e o atendimento aos requisitos legais.

### **Estratégia de Comunicação Publicitária**

A empresa trabalhou de forma ampla, buscando atingir todos os segmentos de divulgação. Porém, a Subcomissão entendeu que a estratégia de campanha criada não abarcou todos os objetivos do Conselho. Foca apenas na fiscalização e deixa de lado os outros objetivos que o CRCMG busca em uma campanha, como o fortalecimento de sua imagem perante a sociedade. Além disso, faltou estratégia para atingir públicos diferentes.

### **Ideia Criativa**

A empresa demonstra bastante criatividade em suas peças. Foi apresentada uma ideia de misturar letras com números na formação das palavras (em todas as peças, exceto os spots para o rádio). Porém, as campanhas a serem realizadas pelo CRCMG

*EPA*  
*Alcemia*  


não visa apenas atingir os profissionais da contabilidade, mas também à sociedade. E essa tática de misturar letras com números, além de remeter à apenas a contabilidade, que não é único foco do Conselho, pode gerar o não entendimento de grande parcela do público do CRCMG, que é bem diversificada, podendo não alcançar o objetivo da campanha, lembrando que o Conselho é autarquia federal que tem como atribuições registrar, fiscalizar e promover a educação continuada, como fatores de proteção da sociedade.

### Estratégia de Mídia e Não Mídia

A estratégia contempla diversos meios de comunicação, porém, a Subcomissão sentiu a falta de programas de rádio e sessões específicas de jornais que se identifiquem com o tema economia/gestão financeira empresarial, que também é um dos focos do contador e do CRCMG.

PLANILHA GERAL INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO					
<u>LUME COMUNICAÇÃO</u> AGÊNCIA					
QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Soma das notas	Pontuação final por Quesito (média)
Capacidade geral de atendimento	5	5	5	15	5
Estrutura física e equipamentos	4	5	4	13	4,33
Pertinência da sistemática de atendimento e prazos	4	5	4,5	13,5	4,5
Experiência da licitante no atendimento a outros clientes	5	5	4,5	14,5	4,83
Repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação	17	16	19	52	17,33
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE</b>					<b>35,99</b>

*gfb*  
*Antônio*  
*A*

## Capacidade Geral de Atendimento

A empresa apresentou profissionais suficientes e capacitados para o atendimento aos serviços que serão necessários para satisfazer à demanda do CRMG, visto que a gama de material ao longo do ano é extensa e precisará ser atendida com agilidade. O número elevado de profissionais para o atendimento, criação e produção é de fundamental importância para o cumprimento dessa exigência.

## Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços

A estrutura física descrita pela agência é ampla, contendo instalações plenamente adequadas e equipamentos necessários ao atendimento dos serviços que serão solicitados.

## Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos.

Os prazos para criação, apresentados pela Lume, estão de acordo com a demanda que será exigida, assim como o sistema de atendimento, que condiz com as solicitações que surgirão.

## Experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste edital

Observa-se que, pelas empresas relacionadas, a licitante já tem um conhecimento sobre os tipos de demandas que surgirão de um órgão de classe.

Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

A empresa demonstra que teve várias experiências positivas em resolução de problemas. Porém, em algumas alternativas apresentadas como solução, não nos pareceu estar de acordo com a problemática existente.

PLANILHA GERAL INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO					
RC COMUNICAÇÃO AGÊNCIA					
QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Soma das notas	Pontuação final por Quesito (média)
Capacidade geral de atendimento	3	3	3	9	3
Estrutura física e equipamentos	3,5	4	3,5	11	3,66
Pertinência da sistemática de	4	4	3,5	11,5	3,83

*EJA*  
*W. M. C. C.*  
*[Signature]*

atendimento e prazos					
Experiência da licitante no atendimento a outros clientes	3	3,5	3	9,5	3,16
Repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação	15,5	16	13	44,5	14,83
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE</b>					<b>28,48</b>

### **Capacidade Geral de Atendimento**

Foi verificado que a licitante possui profissionais capacitados para exercer atividades pretendidas pelo CRC. Porém, a Subcomissão considera que a agência apresentou um número bastante reduzido para atender às demandas do Conselho.

### **Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços**

A licitante possui estrutura física e equipamento necessário para a realização do serviço. Destacamos aqui a integração entre a unidade de negócios digitais com os demais setores da agência, importante para o desenvolvimento das atividades. No entanto, não foi citado sistema de segurança para backup.

### **Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos**

A licitante apresenta sistemática de atendimento condizente com as demandas do Edital e prazos considerados adequados pela Subcomissão.

### **Experiência da licitante no atendimento a outros clientes com serviços similares ao objeto deste edital**

Foi apresentada uma ampla carteira de clientes considerados de grande porte, o que torna a licitante com uma bagagem de experiência boa para atender ao CRCMG. No entanto, as atividades desses clientes não se assemelham às do CRCMG, o que sugere o surgimento de maior dificuldade para a RC, na criação e produção das campanhas publicitárias para o Conselho.

### **Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

O material apresentado pela agência comprova a sua experiência técnica, sendo possível identificar sua capacidade de compreender a necessidade de seu cliente e adequar estratégias necessárias para se obter uma solução com retorno positivo. Porém, não há relato de case sobre atendimento a entidades de classe na área do CRCMG, o que poderia facilitar os trabalhos junto ao Conselho.

*EJA*  
*Miner*  
*A*

Nada mais havendo a tratar a tratar, foi encerrada a reunião às 16h10 minutos, sendo lavrada a presente ata, que após lida e achada conforme, será assinada pelos membros da subcomissão técnica.

**ASSINATURA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:**

  
Edvando José Baêta

  
Deborah Arduini Fernandes Corrêa

  
João Batista Villalba