



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA



1 **ATA DA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DAS AGÊNCIAS**
2 **DE PUBLICIDADE (INVÓLUCROS 3 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,**
3 **REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE**
4 **COMUNICAÇÃO) - DIAS 10, 11 e 12 DE FEVEREIRO 2021, EM BRASÍLIA-DF**
5

6 Nos dias dez, onze e doze de fevereiro de 2021, reuniram-se no edifício-sede do Conselho
7 Federal de Medicina Veterinária - CFMV, no SIA Trecho 06, lotes 130/140, Brasília – DF, os
8 titulares com vínculo com o CFMV Lucas Figueredo de Jesus e Melissa Freitas Silva, e o titular
9 sem vínculo com o CFMV Antônio César Alcântara de Meireles para julgamento das propostas
10 técnicas apresentadas pelas agências de publicidade, de acordo com o Edital de Concorrência
11 01/2020. **I - ABERTURA DOS TRABALHOS.** No primeiro dia, a reunião teve início às 15h
12 e finalização às 19h. No segundo dia, a reunião teve início às 8h30, com intervalo de almoço
13 entre 12h40 e 13h40, e encerramento às 20h. No último dia, a reunião começou às 8h30, com
14 intervalo de almoço entre 12h30 e 13h30, e encerramento às 18h. **II - ORDEM DO DIA. 2.1**
15 **ASSUNTOS. 2.1.1. ORGANIZAÇÃO.** No início do primeiro dia, a subcomissão técnica
16 organizou a planilha das propostas dos invólucros 3 por ordem alfabética, sendo assim
17 divididas:
18

ORDEM	EMPRESA
1	Área Comunicação
2	AZ3
3	Brasil 84
4	DeBrito
5	Nacional
6	Radiola

19
20 **2.1.2. ABERTURA DAS PROPOSTAS.** Iniciou-se a abertura das propostas dos invólucros 3,
21 leitura do conteúdo e análise do material enviado pelas seis agências. **2.1.3. JULGAMENTO.**
22 A subcomissão técnica, após análise e julgamento das propostas apresentadas pelas seis
23 agências, atribuiu a seguinte pontuação:
24

Empresa	Pontuação Final
Área Comunicação	29,9
AZ3	29,5
Brasil 84	28,2
Debrito	31,0
Nacional	31,7
Radiola	26,5

25
26 **2.1.4 ANÁLISE DO MEMO 001/2021 CFMV-CPL.** A subcomissão técnica reanalisou as
27 questões apontadas pelos representantes das agências de publicidade, conforme descrito na Ata
28 da 1ª Sessão Pública – Credenciamento e Recebimento das Propostas, publicada no site do

Lucas Figueredo
De Brito



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA

CFMV
1279
Folha
Rubrica

29 CFMV. Conforme a ata da reunião anterior, não foi possível identificar autoria no conteúdo dos
30 invólucros 1. Com a abertura dos invólucros 3 e considerando o item **10.1.3.3.** do Edital
31 Concorrência CFMV nº 01-2020, “*O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal,*
32 *etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via*
33 *Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do*
34 *Invólucro nº 2”*, foi possível supor a autoria do Plano de Comunicação Publicitária da empresa
35 Radiola Propaganda e Publicidade Ltda ME, haja vista que foi a única a apresentar um pen
36 drive da fabricante multilaser. Fato este, no entanto, que não interferiu no julgamento técnico.
37 O detalhamento da pontuação, assim como as justificativas pelos membros da subcomissão
38 técnica constam da planilha anexa. **III – CONCLUSÃO.** Concluído o julgamento do Invólucro
39 3, a subcomissão técnica encerrou os trabalhos, às 18h, do dia doze de fevereiro de 2021,
40 lavrando-se a presente ata que vai assinada por todos os seus membros e será entregue à CPL
41 para continuidade dos trabalhos, nos termos do edital Concorrência 01/2020 – CFMV.

42
43
44

45
46 Melissa Freitas Silva

47
48
49

50 Lucas Figueredo de Jesus

51
52
53

54 Antônio César Alcântara de Meireles

55



CFMV
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA
SISTEMA CFMV/CRMVs

SIA - TRECHO 6, LOTES 130 E 140 - CEP: 71205-060 - BRASÍLIA-DF
TELEFONE: +55 (61) 2106-0400 - FAX: +55 (61) 2106-0444
CFMV@CFMV.GOV.BR - WWW.CFMV.GOV.BR

Nº	NOME	QUESTO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	MÉDIA	TOTAL	JUSTIFICATIVA
1	Área	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	13	13	13	13,0		Empresa com atuação mais significativa no mercado de São Paulo. Tem carteira diversificada de clientes públicos, incluindo prefeituras e conselhos profissionais. Equipe qualificada com experiência no atendimento de clientes com a natureza similar a do anunciante. Oferece prazos exequíveis e menores do que os exigidos no edital e apresenta ferramentas de pesquisa e marketing, porém com o foco mais direcionado para o off-line.
		Repertório (10 PONTOS)	8	8	7	7,7	29,9	Conjunto de peças demonstra satisfatoriamente a adequação à natureza do cliente/desafio de comunicação, porém com soluções criativas pouco originais. Qualidade regular de execução e produção.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	9	9,3	9,3	9,2		Relatos com boa evidência de planejamento estratégico e demonstração objetiva de resultados obtidos, em correspondência à complexidade de cada desafio. Apresenta uma boa exposição e encadeamento lógico dos relatos, com exceção de um dos cases (Coren-SP), em que os itens de "desafio de comunicação" e "reflexão" não estão claramente apresentados. Apresenta a validação ao final dos relatos e não em documento apartado, como determina o item 11.10.1 do edital.
2	AZ3	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	12	12,5	12,5	12,3		Empresa com atuação limitada ao mercado de Minas Gerais. Tem carteira restrita, mais voltada ao atendimento de clientes privados do que públicos. Possui equipe qualificada, oferece prazos de acordo com o mínimo exigido pelo edital e apresenta um bom conjunto de ferramentas de pesquisa e marketing para on-line e off-line.
		Repertório (10 PONTOS)	9	9	8,5	8,8	29,5	Conjunto de peças que apresenta originalidade da solução criativa com adequação à natureza do cliente, correspondendo bem aos desafios de comunicação e públicos-alvo. Boa execução e qualidade de produção, com exceção de algumas poucas peças com nível menor de elaboração.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	8,5	8	8,5	8,3		Relatos com boa evidência de planejamento estratégico e resultados alcançados, porém, com alguma incoerência entre problemas colocados no planejamento e tratados na campanha, como no case da febre amarela. Teve bom planejamento, mas demonstração questionável de resultados no case de IST/Aids Carnaval 2020.

CFMV
1280
Folha
Rubrica

Subscrito

[Assinatura]

[Assinatura]

3	Brasil 84	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	13	13,5	13	13,2	<p>Empresa com atuação expressiva no mercado de Minas Gerais. Descreveu ter uma grande estrutura sem apresentar fotos. Tem carteira diversificada de clientes públicos, incluindo preferências e conselhos profissionais. Equipe qualificada com experiência no atendimento de clientes com a natureza similar a do anunciante. Grande parte da estrutura e dos currículos voltados à produção de conteúdo digital. Oferece prazos exequíveis e menores do que os exigidos no edital e apresenta ferramentas de pesquisa e marketing mais direcionadas para o digital.</p> <p>Conjunto de peças irregular na demonstração de originalidade da solução criativa, como também na adequação à natureza do cliente/desafio de comunicação apontado. Algumas peças apresentam falta de precisão e clareza da mensagem. Qualidade regular de execução e produção.</p> <p>Relatos com evidência de planejamento estratégico e mensuração de resultados, principalmente no cases Campo Belo Coleta Seletiva e Ipatinga Limpa. Sobre o case de Montes Claros, demonstra sinais de inconsistência na definição do problema de comunicação e na correspondência das soluções apresentadas.</p>
		Repertório (10 PONTOS)	7	6,5	7	6,8	
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	8	8,5	8	8,2	
4	DeBrito	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	14	13,5	14	13,8	<p>Empresa com tradição, presente em diversos mercados, inclusive Brasília, além de estrutura de apoio no exterior. Tem carteira expressiva de clientes, incluindo órgãos públicos e conselho de classe. Equipe qualificada com experiência no atendimento de clientes com a natureza similar a do anunciante. Oferece prazos exequíveis e menores do que os exigidos no edital e apresenta ferramentas satisfatórias de pesquisa e marketing para on-line e off-line.</p> <p>Repertório de peças que demonstra adequação e sintonia com a natureza do cliente e do desafio de comunicação apontado. Apresenta originalidade, clareza e precisão das mensagens na maior parte das peças avaliadas. Qualidade satisfatória na execução e acabamento das peças.</p> <p>Relatos consistentes, com boa exposição e encadeamento lógico, e clara evidência de planejamento estratégico. Demonstração de resultados, entretanto, a aferição é feita principalmente com indicadores de mídia e não com dados dos resultados obtidos pelo cliente.</p>
		Repertório (10 PONTOS)	8,5	8	8	8,2	
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	9	8,8	9,3	9,0	



Dr. Subroto

5	Nacional	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	<p>Empresa presente nos mercados do Rio de Janeiro e Brasília. Tem carteira de clientes públicos nacionais e do terceiro setor. Equipe qualificada com experiência no atendimento de clientes com a natureza similar a do anunciante. Oferece prazos exequíveis e menores do que os exigidos no edital e apresenta ferramentas de pesquisa e marketing, porém com o foco mais direcionado para o off-line.</p>
		Repertório (10 PONTOS)	9,5	9	9,7	9,4	31,7	<p>Conjunto de peças que demonstra excelente adequação e sintonia com a natureza do cliente e do desafio de comunicação. Apresenta nível elevado de originalidade, clareza e precisão das mensagens, além de uma boa qualidade na execução e acabamento das peças. A mídia da peça 4 do repertório foi testada em três computadores e não abriu, o que impossibilitou a avaliação.</p>
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	9	8,5	9	8,8	<p>Relatos de cases relevantes, com boa exposição e encadeamento lógico. Evidência de planejamento estratégico. Demonstra resultados alcançados e correspondência à complexidade de cada desafio. Entretanto, em alguns cases, a aferição é feita com indicadores de mídia e afirmações subjetivas.</p>	
6	Radiola	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	13	12,5	13	12,8	<p>Empresa com atuação em Brasília, experiência no atendimento de diversos clientes privados e públicos nacionais, incluindo conselho profissional. Equipe com experiência satisfatória. Não cita prazos de atendimento, mas afirma cumprir as exigências do projeto básico. Apresenta ferramentas de pesquisa e marketing mais direcionadas para o digital.</p>	
		Repertório (10 PONTOS)	7	7,5	7,5	7,3	<p>Conjunto de peças que apresenta originalidade da solução criativa com adequação à natureza do cliente. Boa execução e qualidade de produção. Em alguns casos falta a correspondência entre a solução criativa e os desafios de comunicação e públicos-alvo apontados. Duas peças diferentes apresentadas no repertório aparecem com a mesma descrição de problema e solução, sendo que uma delas também é exibida nos relatos de cases, mas com outra apresentação.</p>	
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	6,5	6	6,5	6,3	<p>Relatos com problemas de encadeamento lógico, sem relação clara e coerente entre os desafios e as soluções. Não são apresentados cases consolidados, haja vista que reunir várias peças e ações de uma campanha não confere necessariamente unidade a um case. No caso específico do CFA, apresentam peças de campanhas isoladas de atendimento ao cliente, o que não constitui um case. Apresentam resultados que não são estatisticamente fundamentados ou fazem afirmações subjetivas. Não cumpre o inciso II do item 11.10 do edital.</p>	

CFMV
1282
Folha
Rubrica

Handwritten signature