



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA

1 ATA DA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DAS
2 AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE INVÓLUCROS III – DIAS 03 E 04 DE JULHO DE
3 2019, EM BRASÍLIA-DF
4

5 Nos dias 03 e 04 de julho de 2019, reuniram-se no edifício-sede do Conselho Federal de
6 Medicina Veterinária - CFMV, no SIA Trecho 06, lotes 130/140, Brasília – DF, a diretora
7 do Departamento de Comunicação do CFMV, Flávia Lôbo Gonçalves, a jornalista do
8 CFMV Marcela Saad e o professor e doutor André Luís César Ramos para julgamento das
9 propostas técnicas apresentadas pelas nove agências de publicidade, de acordo com o
10 Edital de Concorrência 01/2019. **I - ABERTURA DOS TRABALHOS.** A reunião do dia
11 três de julho teve início às 13 horas, com finalização às 18 horas e 30 minutos. Em 04 de
12 julho, a reunião teve início às 9 horas, com finalização às 14 horas. **II - ORDEM DO DIA.**
13 **2.1. ASSUNTOS. 2.1.1. ORGANIZAÇÃO.** Em 03 de julho, primeiro dia, subcomissão
14 técnica recebeu as propostas dos Invólucros III – Capacidade de Atendimento, Repertório e
15 Relatos de Problemas de Comunicação - e organizou as planilhas, por ordem de análise e
16 julgamento conforme segue:
17

Ordem	NOME DA LICITANTE
1	Radiola
2	Elu! Comunicação
3	Brasil 84 Comunicação
4	Área Comunicação
5	Full Design
6	Tempo Propaganda
7	Cálix
8	Arkus & CO
9	Escala City

18 Neste dia, a comissão técnica também iniciou a leitura das propostas.

19 **2.1.2. ABERTURA DAS PROPOSTAS.** A subcomissão analisou os conteúdos e debateu
20 sobre o material enviado das nove agências. **2.1.3. JULGAMENTO.** A subcomissão
21 técnica após análise minuciosa e julgamento das propostas apresentadas pelas nove
22 agências, atribuiu a seguinte pontuação - Invólucros III – Capacidade de Atendimento,
23 repertório e Relatos de Problemas de Comunicação, com o seguinte resultado:
24

Ordem	NOME DA LICITANTE	PONTUAÇÃO FINAL
1	Radiola	33,8
2	Elu! Comunicação	25,6
3	Brasil 84 Comunicação	32,1
4	Área Comunicação	33,3





SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA

5	Full Design	33,4
6	Tempo Propaganda	31,3
7	Cálix	32,5
8	Arkus & CO	25,5
9	Escala City	33,5

25 O detalhamento da pontuação, assim como as justificativas pelos membros da subcomissão
26 técnica constam da planilha anexa. **III – CONCLUSÃO.** Concluído o julgamento do
27 Invólucro III, a subcomissão técnica encerrou os trabalhos, às 14 horas, do dia quatro de
28 julho de 2019, lavrando-se a presente ata que vai assinada por todos os seus membros e
29 será entregue à CPL para continuidade dos trabalhos, nos termos do edital Concorrência
30 01/2019 – CFMV. _____ Flávia Lobo
31 Gonçalves, *Marcela Saad* Marcela Saad,
32 *André Luís César Ramos* André Luís César Ramos.

Nº	NOME	QUESTO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	MÉDIA	TOTAL	JUSTIFICATIVA
1	Radiola	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	14,7	14,1	14,2	14,3	33,8	Atende com excelência. Grandes clientes do DF, com alguns clientes em nível nacional. Experiência mais regional. Utiliza soluções inovadoras de marketing e comunicação para planejar campanhas.
		Repertório (10 PONTOS)	9,8	9,7	9,8	9,8		Atende com excelência. Repertório com desafios e soluções criativas, com originalidade e assertividade; apresentando casos de sucesso, com clareza e precisão das mensagens e adequação aos meios e públicos-alvo. Peças de qualidade.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	9,8	9,7	9,6	9,7		Atende com excelência. Compressão dos problemas dos clientes e proposição de estratégia efetiva e inovadora. Demonstrou de forma clara como a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação dos clientes.
2	Elui Comunicação	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	12	11,9	11,8	11,9	25,6	Atende. Não discorre de forma completa sobre as experiências dos profissionais em empresas anteriores. Boa infraestrutura. A utilização de informações de marketing e comunicação das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição atende parcialmente.
		Repertório (10 PONTOS)	7	7,5	7	7,2		Atende parcialmente. Não aprofundou na exposição do cenário e do problema das empresas. Não houve originalidade da solução criativa. Material proposto confuso. Soluções apresentadas pela licitante subjetivas e sem defesa técnica.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	6	7	6,5	6,5		Planejamento estratégico pouco aprofundado. Baixa complexidade dos desafios de comunicação apresentados nos relatos. Resultados obtidos apresentados de forma subjetiva.
3	Brasil 84 Comunicação	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	14,5	14	14,3	14,3	32,1	Atende com excelência. Licitante com experiência em órgãos públicos. Profissionais e infraestrutura da licitante atende às especificações do edital. Coloca à disposição do ANUNCIANTE informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia.
		Repertório (10 PONTOS)	9	9,1	9,3	9,1		Atende. Faltou um pouco de originalidade na solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos desafios de comunicação.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	8,5	9	8,7	8,7		Atende. Compreensão do problema do cliente e proposição de estratégia adequada, mas não muito inovadora. Demonstrou de forma subjetiva os resultados de comunicação.
4	Área Comunicação	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	14,9	14,5	14,4	14,6	33,3	Atende com excelência. Profissionais experientes. Boa estrutura. Demonstram boa funcionalidade de relacionamento operacional e também conhecimento de ferramentas e informações de comunicação, priorizando o lado social de órgãos governamentais.
		Repertório (10 PONTOS)	9,5	9	9,1	9,2		Peças com qualidade. São adequadas ao desafio e problemas do cliente, com linguagem adequada ao público-alvo, porém sem grande inovação.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	9,5	9,5	9,4	9,5		Cria soluções e estratégias adequadas aos problemas apresentados e comprova os resultados. Apresenta os casos de forma clara. Peças de qualidade.
5	Full Design	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	14,3	14,7	14,6	14,5	33,4	Capacidade de atendimento adequada. Apresenta equipe experiente e qualificada, abrangendo todas as áreas de atuação da agência. Tem funcionalidade de relacionamento e ferramentas de gestão. Estrutura adequada.
		Repertório (10 PONTOS)	9,4	9,5	9,7	9,5		Peças publicitárias de qualidade. Apresentam soluções aos problemas do cliente, com capacidade de planejamento adequadas ao público.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	9,2	9,4	9,5	9,4		Apresenta o problema de forma clara, assim como o referendo do cliente, com texto sobre conduta da agência. Apresenta os resultados das campanhas.
6	Tempo Propaganda	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	12,9	13,4	12,5	12,9	31,3	Capacidade de atendimento adequada. Estrutura adequada, com funcionalidade operacional.
		Repertório (10 PONTOS)	9,6	9,4	9,2	9,4		As peças publicitárias apresentadas são originais, criativas e com qualidade. Entendem o problema do cliente e apresentam estratégia adequada.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	8,9	9	9,1	9,0		Soluções adequadas aos problemas apresentados. Atingem com precisão o público-alvo e demonstram os resultados.
7	Calix	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	14,3	14,2	14,3	14,3	32,5	Porte e tradição dos clientes, assim como capital humano e infraestrutura, atendem às necessidades do ANUNCIANTE. Funcionalidade do relacionamento da licitante com o ANUNCIANTE foi demonstrada de forma clara, com exemplificação de recursos tecnológicos de auxílio ao fluxo e controle.
		Repertório (10 PONTOS)	9,1	9,1	9	9,1		Repertório enviado demonstra clareza e objetividade, porém com uso de abordagem criativa pouco original. As produções têm, de forma geral, qualidade que atende às necessidades da ANUNCIANTE.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	9	9	9,2	9,1		Os relatos trazidos demonstram a capacidade da licitante e atendem às necessidades da ANUNCIANTE, sendo apresentados de forma lógica e com apontamento dos resultados obtidos.
8	Árkus & Co	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	11	11,5	12	11,5	25,5	Porte da grande parte dos clientes de abrangência local. Infraestrutura e capital humano atendem às necessidades da ANUNCIANTE, ainda que não tenham sede em Brasília-DF, que é a praça de localização do CFMV. Faltou clareza na apresentação na abordagem (metodologia) do relacionamento operacional entre ANUNCIANTE e licitante.
		Repertório (10 PONTOS)	7,7	7	7,5	7,4		Repertório enviado demonstra uso de soluções criativas convencionais, pouco originais. As produções apresentadas, apesar de claras e objetivas, têm aspecto generalista, ou seja, não distinguem seus clientes.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	6,5	6,8	6,5	6,6		Os relatos trazidos atendem parcialmente, uma vez que em 2/3 dos casos não são apresentados resultados que possam ser efetivamente tangibilizados.
9	Escala City	Capacidade de Atendimento (15 PONTOS)	14,6	14,7	14,6	14,6	33,5	Porte e tradição dos clientes, assim como capital humano e infraestrutura, atendem às necessidades do ANUNCIANTE. Funcionalidade do relacionamento da licitante com o ANUNCIANTE foi demonstrada de forma clara, com exemplificação de metodologia.
		Repertório (10 PONTOS)	9,5	9,3	9,2	9,3		Repertório enviado demonstra qualidade criativa, clareza e objetividade na exposição dos cases e, ainda, elevada capacidade de produção no atendimento a clientes de diferentes portes e diversificados segmentos de atuação.
		Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 PONTOS)	9,5	9,7	9,6	9,6		Os relatos apresentados demonstram envolvimento aprofundado da licitante com as demandas, que se caracterizam como sendo de elevada complexidade.