

CONCORRÊNCIA Nº 01/2013

PROCESSO Nº 0.002.000358/2013-45

ATA DA SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA

As quatorze horas do dia 04 de dezembro de 2013, reuniu-se a Comissão Especial de Licitação do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), designada pela Portaria nº 117/2013, ausente o servidor MARCIEL RUBENS DA SILVA, membro da CEL, para se proceder à Abertura da SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA para contratação de serviços de publicidade por intermédio de agências de propaganda, Edital de Concorrência Pública CNMP nº 01/2013. Compareceram a esta Segunda Sessão Pública as licitantes, por meio de seus representantes credenciados, nos termos do item 8.1 do Edital: SIN COMUNICAÇÃO LTDA, representada pelo(a) Sr.(a) Humberto Luiz Leite Ramalho Filho, RG 3293814 SSP/PB; I COMUNICAÇÃO LTDA, representada pelo(a) Sr.(a) Rodrigo Bitencourt de Amorim, RG 1311855 SSP/DF; FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA, representada pelo(a) Sr.(a) Ruskaya Zanini Campos, RG 2580137 SSP/DF. As licitantes presentes assinaram a lista de presença e receberam cópias do julgamento dos invólucros 01 e 03, realizado pela Subcomissão Técnica. Após, foram abertos os invólucros de nº 02 - via identificada do planos de comunicação publicitária, e feito o cotejamento com os invólucros nº 1 - via não identificada do plano de comunicação publicitária, chegou-se à seguinte conclusão: Campanha "Se precisar conte outra vez" - SIN COMUNICAÇÃO; Campanha "Pense duas vezes" - FIELDS COMUNICAÇÃO; Campanha "Paz, uma lição que se apreende" - I Comunicação. Após IDENTIFICAÇÃO dos envelopes nº 01 com o envelopes nº 02, a Comissão Especial de Licitação, conferiu a pontuação dada pela Subcomissão Técnica e comunicou aos presentes o seguinte RESULTADO: 1º Colocada — FIELDS COMUNICAÇÃO com um total de 93,33 (noventa e três vírgula trinta e três pontos); 2º Colocada — SIN COMUNICAÇÃO com um total de 84,20 (oitenta e quatro vírgula vinte pontos); 3º Colocada — I COMUNICAÇÃO com um total de 82,26 (oitenta e dois vírgula vinte e seis pontos). Os licitantes SIN COMUNICAÇÃO e I COMUNICAÇÃO solicitaram que fosse constado em ATA que a distribuição dos pontos feita pela Subcomissão Técnica foi feita diferentemente do disposto no subitem 12.3.1 do Edital, em alguns quesitos. Sendo assim, a Comissão Especial de Licitação sugeriu que fosse realizado um novo cálculo das notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, de maneira proporcional aos pontos definidos pelo Edital. Ante o exposto, foi comunicada a suspensão da presente sessão para o cálculo, cujo resultado será divulgado na forma no item 21 do Edital de Licitação, oportunidade em que será conferido o PRAZO DE RECURSO de 5 (cinco) dias úteis (item 22) aos interessados. Caso não haja interposição de recurso, as licitantes serão novamente convocadas na forma do item 21 do Edital, para a TERCEIRA SESSÃO PÚBLICA da Concorrência nº 01/2013, com data a ser definida. Fica constado na presente Ata, ainda, que as planilhas de julgamento da Subcomissão Técnica serão disponibilizadas em meio digital aos interessados. O Presidente da CEL do CNMP deu por encerrada a presente sessão e, nada mais havendo a tratar, lavrou a presente ata, que após lida e achada conforme, vai assinada por todos.

MARCELO TADEU DRUMOND DE CARNEIRO LOBO - Presidente da Comissão

INÊS GOUVEIA VIANA BORGES - Membro:

LEONARDO DE CAMARGOS MARTINS - Membro:

JULIANA CARVALHO GARCIA - Membro:

I COMUNICAÇÃO LTDA.

SIN COMUNICAÇÃO LTDA.

FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA

ANA LETÍCIA PROCÓPIO COSTA - ASSESSORA JURÍDICA-CHEFE - CNMP



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

Ata nº 2 da Subcomissão Técnica Concorrência nº01/2013

Em resposta ao questionamento registrado em ata da 2ª Sessão Pública, realizada em 4 de dezembro de 2013, a Subcomissão Técnica, composta por Wilson Ximenes Lima (matrícula CNMP 82.016); Tatiana Jebrine (matrícula CNMP 22.244); Jun Matsuoka Tomikawa (matrícula MPDFT 3348-1), reuniu-se para revisar a ponderação das pontuações do julgamento das propostas técnicas da Concorrência nº01/2013.

Informamos que as planilhas foram recalculadas com base em metodologia de ponderação de valores, distribuindo os pesos proporcionalmente de cada item conforme disposto no edital de Concorrência nº01/2013, item 12.3.1:

- a1) Raciocínio Básico: de 15 (quinze) para **10 (dez) pontos**
- a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: de 20 (vinte) para **25 (vinte e cinco) pontos**
- a3) Ideia Criativa: de 24 (vinte e quatro) para **20 (vinte) pontos**
- a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: de 6 (seis) para **10 (dez) pontos**
- c) Repertório: de 12 (doze) para **10 (dez) pontos**
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: de 8 (seis) para **10 (dez) pontos**

Assim, esclarece-se que:

- i) o percentual de pontuação atribuído de cada item da planilha em relação à pontuação máxima dos quesitos ou subquesitos foi mantido, readequando-se as notas máximas conforme disposto no item 12.3.1 do edital, demonstrado abaixo;
- ii) as notas atribuídas pelos integrantes da Subcomissão Técnica foram recalculadas proporcionalmente com base em regra de três, onde a nota atribuída está para a nota máxima antiga, assim como a **nova** nota está para a nova nota máxima. Dessa forma, foram encontradas as **novas** notas, proporcionais e devidamente ponderadas, conforme demonstração abaixo;
- iii) os novos valores das planilhas estão com duas casas decimais, sendo que os totais foram calculados automaticamente com o arredondamento padrão do software LibreOffice Calc (equivalente ao Excel);

Wilson Ximenes Lima 8

iv) Demonstração de cálculos:

- a nova nota máxima de cada item foi proporcionalmente calculada pela fórmula:

$$\left(\frac{\text{antiga nota máxima do item}}{\text{antiga nota máxima total do quesito ou subquesito}} \right) \times \text{nova nota máxima}$$

- a nota atribuída por integrante foi recalculada proporcionalmente com base em regra de três:

$$\begin{array}{ccc} \text{nova nota máxima do item} & \text{antiga nota máxima do item} \\ \text{nova nota atribuída por integrante (Y)} & \text{antiga nota atribuída por integrante} \end{array}$$

Assim, temos:

$$\text{nova nota máxima do item} \times \text{antiga nota atribuída por integrante} = Y \times \text{antiga nota máxima do item}$$

Tem-se, então, a fórmula:

$$Y = \frac{\text{nova nota máxima do item} \times \text{antiga nota atribuída por integrante}}{\text{antiga nota máxima do item}}$$

v) assim, com base nestes cálculos, as novas notas médias de cada licitante são:

INVÓLUCRO 1		
	Antiga Nota média	NOVA NOTA MÉDIA
"Paz. Uma lição que se aprende"	52,23	52,16
"Pense duas vezes"	58,63	57,41
"Se precisar, conte outra vez"	53,63	53,65

INVÓLUCRO 3		
	Antiga Nota média	NOVA NOTA MÉDIA
Fields Comunicação	34,5	34,38
i-Comunicação	30,03	30,19
Sin Comunicação	30,57	30,28

Diante do exposto, encaminhamos a presente ata assinada pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

Brasília, 16 de dezembro de 2013



Wilson Ximenes Lima

Matricula CNMP 82.016



Tatiana Jebrine

Matricula CNMP 22.244



Jun Matsuoka Tomikawa

Matricula MPDFT 3348-1

Paz: Uma lição que se aprende

Conselho Nacional do Ministério Público
 Edital de concorrência de serviços de publicidade (Concorrência 01/2013)
 INVÓLUCRO 1 – Paz, uma lição que se aprende

Questão	NOVA Nota máxima	Tatiana	Wilson	Jun	NOVA MÉDIA
a) Plano de Comunicação Publicitária (65 pontos)					
a1) Raciocínio Básico (15 pontos)					
compreensão sobre as ações de comunicação objeto da licitação	3,50	2,33	2,33	2,33	2,33
o contexto atual do CNMP, da Enasp e da campanha de Valorização à Vida e as atividades da instituição que sejam*	3,50	1,67	1,67	1,33	1,56
significativas para a comunicação publicitária	4,00	2,47	2,67	2,67	2,60
o desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CNMP	4,00	2,47	2,67	2,67	2,60
os objetivos de comunicação do CNMP a serem alcançados em relação ao desafio	15,00	8,93	9,33	9,00	9,09
Total do quesito Raciocínio Básico					
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos)					
a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza do desafio de comunicação a ser enfrentado	3,30	4,13	4,13	4,13	4,13
a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	3,30	4,13	4,13	4,13	4,13
a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do CNMP com seus públicos	3,30	3,75	3,75	3,75	3,75
a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação	3,30	4,13	4,13	3,75	4,00
a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	3,30	3,75	3,50	3,75	3,67
a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CNMP e da Enasp, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus objetivos, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos e a verba disponível	3,50	3,50	3,50	3,13	3,38
Total do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária	20,00	23,38	23,13	22,63	23,04

Tatiana

Wilson

Paz. Uma lição que se aprende

a3) Ideia Criativa (24 pontos)									
sua adequação ao desafio de comunicação do CNMP	3,00	1,67	1,67	1,25	1,53				
sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante	3,00	1,67	1,67	1,25	1,53				
sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	2,00	1,08	1,25	0,83	1,06				
a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	2,50	1,50	1,67	1,25	1,47				
a originalidade da combinação dos elementos que a constituem	2,50	1,50	1,67	1,25	1,47				
a simplicidade da forma sob a qual se apresenta	2,00	0,83	0,83	0,83	0,83				
sua pertinência às atividades de comunicação do CNMP e da Enasp	3,00	2,08	2,33	2,08	2,17				
a exequibilidade das peças e/ou do material	2,50	1,50	1,25	1,25	1,33				
a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos	2,00	0,83	1,25	0,83	0,97				
os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados	1,50	1,17	1,25	1,25	1,22				
Total do quesito Ideia Criativa	24	13,83	14,83	12,08	13,58				
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia (6 pontos)									
o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	1,50	1,67	1,67	1,67	1,67				
a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação à alínea anterior	1,50	1,67	1,67	0,83	1,39				
a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CNMP	1,50	1,50	1,67	1,33	1,50				
a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	1,50	2,00	1,67	2,00	1,89				
Total do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia	6,00	6,83	6,67	5,83	6,44				
TOTAL GERAL	65	52,98	53,96	49,54	52,16				

Tatiana de Almeida

WAB

Pense duas vezes

Conselho Nacional do Ministério Público
Edital de concorrência de serviços de publicidade (Concorrência 011/2013)
INVOLUCRO 1 - Pense duas vezes

Questão	Nova Nota máxima	Tauana	Wilson	Jun	NOVA MEDIA
a) Plano de Comunicação Publicitária (65 pontos)					
a1) Raciocínio Básico (15 pontos)					
Compreensão sobre as ações de comunicação objeto da licitação	3,50	2,33	2,33	2,33	2,33
O contexto atual do CNMP, da Enasp e da campanha de Valorização à Vida e as atividades da Instituição que sejam significativas para a comunicação publicitária	3,50	2,33	2,33	2,33	2,33
O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CNMP	4,00	2,67	2,67	2,67	2,67
Os objetivos de comunicação do CNMP a serem alcançados em relação ao desafio	4,00	2,53	2,67	2,67	2,62
Total do quesito Raciocínio Básico	15,00	9,87	10,00	10,00	9,96
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos)					
a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza do desafio de comunicação a ser enfrentado	3,30	4,13	4,13	4,13	4,13
a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	3,30	4,13	4,13	4,13	4,13
a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do CNMP com seus públicos	3,30	3,75	3,75	3,75	3,75
a adequação e a executibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação	3,30	3,63	3,50	3,75	3,63
a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	3,30	3,25	3,75	3,13	3,38
a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CNMP e da Enasp, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus objetivos, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos e a verba disponível	3,50	4,13	4,13	3,13	3,79
Total do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária	20,00	23,00	23,38	22,00	22,79

Tauana
Wilson
Jun
NOVA MEDIA

Pense duas vezes

a3) Ideia Criativa (24 pontos)									
sua adequação ao desafio de comunicação do CNMP		3,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante		3,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo		2,00	1,08	1,42	0,83	1,11	1,11	1,11	1,11
a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta		2,50	1,67	1,67	1,25	1,53	1,53	1,53	1,53
a originalidade da combinação dos elementos que a constituem		2,50	1,75	2,08	2,08	2,08	2,08	1,97	1,97
a simplicidade da forma sob a qual se apresenta		2,00	1,67	1,67	1,67	1,67	1,67	1,67	1,67
sua pertinência às atividades de comunicação do CNMP e da Enasp		3,00	2,08	2,50	1,67	1,67	1,67	2,08	2,08
a exequibilidade das peças e/ou do material		2,50	1,67	2,08	1,67	1,67	1,67	1,81	1,81
a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos		2,00	1,50	1,42	1,25	1,39	1,25	1,39	1,39
os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados		1,50	1,17	1,25	1,25	1,22	1,25	1,22	1,22
Total do quesito: Ideia Criativa		24,00	17,58	19,08	16,67	17,78	16,67	17,78	17,78
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia (6 pontos)									
o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos		1,50	2,17	2,00	1,67	1,94	1,67	1,94	1,94
a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação à linha anterior		1,50	2,00	1,67	1,67	1,78	1,67	1,78	1,78
a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CNMP		1,50	0,83	1,67	0,83	1,11	0,83	1,11	1,11
a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa		1,50	1,67	2,50	2,00	2,06	2,00	2,06	2,06
Total do quesito: Estratégia de Mídia e Não Mídia		6,00	6,67	7,83	6,17	6,89	6,17	6,89	6,89
TOTAL GERAL		65,00	57,12	60,29	54,83	57,41	54,83	57,41	57,41

Tatiana Spaurim

84

WAS

Se precisar, conte outra vez

Conselho Nacional do Ministério Público
 Edital de concorrência de serviços de publicidade (Concorrência 01/2013)

INVOLUCRO 1 - Se precisar, conte outra vez

Questão	NOVA NOTA MÁXIMA	Tatiana	Wilson	Jun	NOVA MÉDIA
a) Plano de Comunicação Publicitária (65 pontos)					
a1) Raciocínio Básico (15 pontos)					
Compreensão sobre as ações de comunicação objeto da licitação	3,5	1,67	1,67	1,67	1,67
O contexto atual do CNMP, da Enasp e da campanha de Valorização à Vida e as atividades da instituição, que sejam significativas para a comunicação publicitária	3,5	1,67	2	2	1,89
O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CNMP	4	2,33	2,67	2	2,33
Os objetivos de comunicação do CNMP a serem alcançados em relação ao desafio	4	2	2	1,67	1,89
Total do quesito Raciocínio Básico	15	7,67	8,33	7,33	7,78
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos)					
A adequação do partido temático e do conceito propostos a natureza do desafio de comunicação a ser enfrentado	3,3	4,13	4,13	4,13	4,13
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	3,3	4,13	4,13	4,13	4,13
A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do CNMP, com seus públicos	3,3	4,13	4,13	4,13	4,13
A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação	3,3	3,63	3,75	3,13	3,50
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	3,3	3,75	3,75	3,38	3,63
A capacidade de articular os conhecimentos sobre o CNMP e da Enasp, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus objetivos, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos e a verba disponível	3,5	4	4,13	3,75	3,96
Total do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária	20	23,75	24	22,63	23,46

Raciocínio Básico
WLD

Se precisar, conte outra vez

a3) Ideia Criativa (24 pontos)									
sua adequação ao desafio de comunicação do CNMP									
sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante									
sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo									
a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta									
a originalidade da combinação dos elementos que a constituem									
a simplicidade da forma sob a qual se apresenta									
sua pertinência às atividades de comunicação do CNMP e da Enasp									
a exequibilidade das peças e/ou do material									
a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos									
os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados									
Total do quesito Ideia Criativa									
	1,5	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
	24	16,67	17,08	15	15	15	15	15	16,25
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia (6 pontos)									
o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos									
a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação à alínea anterior									
a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CNMP									
a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa									
Total do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia									
	6	6,33	6,67	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	6,17
	65	54,42	56,08	50,46	50,46	50,46	50,46	50,46	53,65

Caranapbume

WES

Conselho Nacional do Ministério Público
Edital de concorrência de serviços de publicidade (Concorrência 01/2013)

Questão	Nova Nota máxima	Tatiana	Wilson	Jun	NOVA NOTA MÉDIA
---------	------------------	---------	--------	-----	-----------------

INVÓLUCRO 3 – FIELDS

b) Capacidade de Atendimento (15 pontos)					
O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais a estratégia de comunicação publicitária do CNMP	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
a operacionalidade do relacionamento entre o CNMP e a licitante, esquemmatizado na proposta	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, que a licitante colocará regularmente à disposição do CNMP, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Total do quesito Capacidade de Atendimento	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
c) Repertório (12 pontos)					
a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33
a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33
a clareza da exposição das informações prestadas	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33
Total do quesito Repertório	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (8 pontos)					
a evidência de planejamento publicitário	2,50	2,50	2,50	1,88	2,29
a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
a relevância dos resultados apresentados	2,50	2,13	2,25	1,88	2,09
a concatenação lógica da exposição	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Total do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10,00	9,63	9,75	8,75	9,38
TOTAL GERAL	35,00	34,63	34,75	33,75	34,38

Transmissão

valde

H

Conselho Nacional do Ministério Público
 Edital de concorrência de serviços de publicidade (Concorrência 01/2013)

Questão	NOVA NOTA máxima	Tatiana	Wilson	Jun	NOVA NOTA MÉDIA
---------	------------------	---------	--------	-----	-----------------

INVÓLUCRO 3 – I-COMUNICAÇÃO

b) Capacidade de Atendimento (15 pontos)					
o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do CNMP	3,00	2,50	2,80	2,50	2,60
a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
a operacionalidade do relacionamento entre o CNMP e a licitante, esboçado na proposta	3,00	2,50	2,60	3,00	2,70
a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, que a licitante colocará regularmente à disposição do CNMP, sem ônus adicional durante a vigência do contrato	3,00	2,70	2,60	2,50	2,60
Total do quesito Capacidade de Atendimento	15,00	13,70	14,00	14,00	13,90
c) Repertório (12 pontos)					
a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver	3,33	2,42	2,50	2,08	2,33
a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material	3,33	2,92	2,50	2,50	2,64
a clareza da exposição das informações prestadas	3,33	2,92	2,92	2,50	2,78
Total do quesito Repertório	10,00	8,25	7,92	7,08	7,75
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (8 pontos)					
a evidência de planejamento publicitário	2,50	2,25	2,50	1,88	2,21
a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	2,50	1,88	1,88	1,88	1,88
a relevância dos resultados apresentados	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
a concatenação lógica da exposição	2,50	2,13	1,88	1,88	1,96
Total do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10,00	8,75	8,75	8,13	8,54
TOTAL GERAL	35,00	30,70	30,67	29,21	30,19

Tatiana Wilson

Wilson

Jun

Conselho Nacional do Ministério Público
 Edital de concorrência de serviços de publicidade (Concorrência 01/2013)

Questão	Nova Nota máxima	Tahana	Wilson	Jun	NOVA NOTA MEDIA
---------	------------------	--------	--------	-----	-----------------

INVÓLUCRO 3 – SIN COMUNICAÇÃO

b) Capacidade de Atendimento (15 pontos)					
o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	3,00	2,00	2,50	2,50	2,33
a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das qualificações e das qualificações desses profissionais a estratégia de comunicação publicitária do CNMP	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	3,00	1,70	2,00	2,00	1,90
a operacionalidade do relacionamento entre o CNMP e a licitante, esquematizado na proposta	3,00	2,00	2,50	2,00	2,17
a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, que a licitante colocará regularmente à disposição do CNMP, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	3,00	2,00	2,50	2,50	2,33
Total do quesito Capacidade de Atendimento	15,00	10,70	12,50	12,00	11,73
c) Repertório (12 pontos)					
a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33
a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33
a clareza da exposição das informações prestadas	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33
Total do quesito Repertório	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: (8 pontos)					
a evidência de planejamento publicitário	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	2,50	1,88	1,88	1,88	1,88
a relevância dos resultados apresentados	2,50	1,88	1,88	1,88	1,88
a concatenação lógica da exposição	2,50	1,88	2,50	2,50	2,29
Total do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10,00	8,13	8,75	8,75	8,54
TOTAL GERAL	35,00	28,83	31,25	30,75	30,28

Tecampstone

WLD