

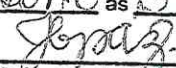
d.

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO

Referente à Concorrência nº 001/2018 – ALE/MA

Processo Administrativo nº: 3315/2018

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO/ALEMA
Recebido em: 18/10/18 às 15:40 h


Juliene Lima da Paz
Chefe de Gabinete CPL/ALEMA - Mat.: 1389469

ANTONIO FERNANDES BARROS LIMA JUNIOR – EPP, pessoa jurídica de direito privado, doravante denominada **Digital Publicidade Assessoria e Marketing**, inscrita no CNPJ sob o Nº 06.149.812/0001-80, com estabelecimento na Rua Estrela Sirius, Nº 09, Conjunto Morada do Sol, Bairro Aleixo, Manaus/AM, CEP 69060-094, por intermédio de seu representante legal infra-assinado, vem, respeitosamente a presença de Vossa Senhoria para interpor **RECURSO ADMINISTRATIVO** em face do resultado do julgamento das notas das Propostas Técnicas, apresentada pela Subcomissão Técnica da Concorrência 001/2018 – ALE/MA, com fundamento no artigo 109, inciso I, alínea “b”, da Lei 8.666/1993, com os fatos e motivos que passa a expor e ao final requerer:

I – DA TEMPESTIVIDADE

Primeiramente, cumpre-nos demonstrar a existência dos pressupostos de admissibilidade do presente recurso TEMPESTIVAMENTE, nos termos do artigo 109, inciso I, alínea “b”, da Lei 8.666/1993 e ainda conforme item 23.1 do referido edital de concorrência, que assim dispõe: “Observado o disposto no artigo 109 da Lei nº 8.666/93, a licitante poderá apresentar recurso no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou lavratura da ata, nos casos de habilitação ou inabilitação da licitante ou do julgamento das propostas, anulação ou revogação desta Concorrência.”.

Ademais, conforme publicação em site institucional, o referido prazo fora dilatado para o dia 19/10/2018. (Publicação anexa)

Sendo assim, verifica-se que esta Recorrente se encaixa nos pressupostos de admissibilidade do presente recurso.

II – DA LEGITIMIDADE E DO INTERESSE DE AGIR

Segundo o doutrinador Marçal Justen Filho, no livro *Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos*, “a legitimidade recursal é atribuída àquele que participa da licitação”. E ainda que, o interesse de recorrer se dá com a lesividade causada aos interesses do particular pela decisão administrativa.

Dessa forma, a pontuação obtida por esta recorrente, em desconformidade com critérios definidos para o julgamento, a pontuação injusta e desigualdade na avaliação feita pela subcomissão técnica, conforme se mostra a seguir, legitima a Recorrente a pedir uma nova decisão da Comissão julgadora.

III – DOS FATOS E DO DIREITO

No dia 09 de outubro de 2018, foi realizada sessão pública, a qual informou o resultado da análise das propostas técnicas, realizada pela Subcomissão Técnica, restando a classificação da seguinte forma:

- 1º - CLARA COMUNICAÇÃO LTDA, com o total de pontos de 97,46;
- 2º - PROMPT COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, com o total de pontos de 95,4;
- 3º - VITALE PROPAGANDA, com o total de pontos de 93,8;
- 4º - ANTONIO FERNANDES BARROS LIMA JUNIOR, com o total de pontos de 85,27;
- 5º - QUADRANTE DESIGN LTDA, com o total de pontos de 83,10.

Ocorre que, conforme será constatado, o referido julgamento de tais propostas técnicas merecem ser reformado, pois apresenta vícios e irregularidades,

apresentando-se em flagrante desconformidade aos critérios definidos no instrumento convocatório e em relevante desconformidade com os princípios norteadores dos processos licitatórios.

IV – DA ANÁLISE DAS NOTAS ATRIBUÍDAS À DIGITAL PUBLICIDADE SOBRE O INVÓLUCRO 1:

Sobre a análise do Invólucro N01 realizado pela Sra. Ana Lourdes Castro Silva Ferreira:

Quesitos	Pontuação Máxima	Nota Atribuída	Justificativa
Estratégia de Mídia e Não mídia	10	8,5	Apresenta a TV como principal veículo de divulgação. Utiliza também outros meios verificados por pesquisa. Utiliza peças de internet e não mídia. A distribuição propõe um mix de meios que contempla penetração, perfil e afinidade

Sobre a análise do Invólucro N01 realizado pela Sra Márcia macieira Medeiros:

Quesitos	Pontuação Máxima	Nota Atribuída	Justificativa
Estratégia de Mídia e Não mídia	10	8,8	(..) Na proposta, a não mídia é subutilizada, ainda que seja um recurso de grande amplitude

Sobre a análise do Invólucro N01 realizado pela Sra Glaucione Pereira Pedroso:

Quesitos	Pontuação Máxima	Nota Atribuída	Justificativa
Estratégia de Mídia e Não mídia	10	8,5	(..) Entretanto a estratégia deixa a não mídia carente neste aspecto.

Resta claro que os julgamentos acima se basearam no fato da Digital Publicidade ter apresentado somente a peça Cartaz como não mídia e por esse motivo diminuíram da nota máxima atribuída no referido quesito.

d.

Entretanto, a Licitante Vitale TAMBÉM apresentou SOMENTE CARTAZ como não mídia e obteve notas superiores, como também obteve elogios quanto a sua seleção de peça para o meio não mídia, conforme observa-se abaixo:



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO

FORMULÁRIO DE ANÁLISES DE PROPOSTAS TÉCNICAS INDIVIDUAL

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

INVÓLUCRO Nº 01 NÃO IDENTIFICADO

NOME: Márcia Macieira Medeiros			
CPF: 405578393-00		RG: 109766099-8	
FORMAÇÃO CURSO: Comunicação Social			
TÍTULO/TEMA: O POVO FALA, A ASSEMBLEIA FAZ			
QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA ATRIBUÍDA	JUSTIFICATIVA
RACIOCÍNIO BÁSICO	10	9,0	Apresenta diagnóstico relativo às reais necessidades de comunicação da Assembleia. Estabelece como objetivo a busca pela proximidade do cidadão maranhense às ações da instituição como um todo e, também, diante das ações propostas pelos deputados.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25	23,0	O plano observa a necessidade de esclarecimento da atuação da Assembleia e da necessidade de trazer o povo para mais próximo da instituição. Seu eixo é informar para educar.
IDEIA CRIATIVA	20	18,9	Os instrumentos e peças utilizadas buscam motivar a interação do cidadão e do parlamentar. A ideia é convocar para a participação popular, no que tange à fiscalização e defesa do bem público.
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10	9,3	Forma pesquisas apresentando os meios mais utilizados e propõe estratégias a partir deles. A defesa das soluções de mídia e não-mídia diz respeito à percepção das mensagens nos diferentes meios.
TOTAL	65	60,2	

DATA: 02/10/18	ASSINATURA: <i>Márcia Macieira Medeiros</i>
-------------------	--

d.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO

FORMULÁRIO DE ANÁLISES DE PROPOSTAS TÉCNICAS INDIVIDUAL

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

INVÓLUCRO Nº 01 NÃO IDENTIFICADO

NOME: ANA LOURDES CASTRO SILVA FERREIRA			
CPF: 47164808368		RG: 950250198-8	
FORMAÇÃO CURSO: Comunicação Social			
TÍTULO/TEMA: O POVO FALA, A ASSEMBLEIA FAZ			
QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA ATRIBUÍDA	JUSTIFICATIVA
RACIOCÍNIO BÁSICO	10	8,8	Análise tem caráter informativo e educativo do papel da ALEMA para a sociedade. Recorre à necessidade de mudança de comportamento do povo em relação à instituição Assembleia e busca aproximar o cidadão do que ocorre na casa legislativa.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25	22,7	A proposta é bem fundamentada no que diz concerne ao resgate da confiança e do respeito hoje tão em descrédito pela população. O conceito define ações que buscam valorizar a figura do legislativo e instigar a participação do cidadão.
IDEIA CRIATIVA	20	18,8	Relação de peças bem definidas para atingir públicos em massa ou de forma segmentada, de acordo com proposta orientada pelo briefing.
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10	9,4	Apresenta dados de público e audiência de meios de comunicação utilizados como mídia. Diversidade de meios para alcançar o público alvo tanto na mídia quanto na não mídia. Faz bom uso dos recursos de comunicação já disponíveis pela ALEMA.
TOTAL	65	59,7	

DATA: 02/10/2018	ASSINATURA:
---------------------	-----------------

d.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO

FORMULÁRIO DE ANÁLISES DE PROPOSTAS TÉCNICAS INDIVIDUAL

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

INVÓLUCRO Nº 01 NÃO IDENTIFICADO

NOME: Glaucione Pereira Pedrozo			
CPF: 022722303-93		RG: 14746472000-8	
FORMAÇÃO CURSO: Comunicação Social			
TÍTULO/TEMA: O POVO FALA, A ASSEMBLEIA FAZ			
QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA ATRIBUÍDA	JUSTIFICATIVA
RACIOCÍNIO BÁSICO	10	8,9	Entre as especificidades do legislativo estadual, cita e define seu papel em linha direta com o povo. Foca o trabalho da Assembleia com maior proximidade entre os dois lados que o compõe: cidadão x deputado. Suas funções são correlacionadas. Apresenta Diagnóstico preciso de crise de representatividade e propõe o uso de canais online como parte de novas ferramentas
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25	22,8	A estratégia demonstra a necessidade de aproximação do cidadão com a Assembleia e define ações publicitárias em direção à condição do povo como partícipe das decisões parlamentares. O conceito é claro na apresentação da estratégia.
IDEIA CRIATIVA	20	18,8	O povo. O fazer. O querer. Ideias bem sincronizadas com o objetivo estratégico da campanha. As peças buscam trazer o reconhecimento pelo cidadão, de si mesmo, dentro do processo
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10	9,2	Visa, ao mesmo tempo, a economicidade e abrangência dos meios propostos, levando em consideração o público, alcance e continuidade. Utiliza recursos próprios de Comunicação da Assembleia.
TOTAL	65	59,7	

DATA: 02/10/18	ASSINATURA: <i>Glaucione Pereira Pedrozo</i>
-------------------	---

Para que não reste qualquer dúvida sobre o entendimento desse questionamento e pedido de revisão de nota atribuída a esta Recorrente, segue abaixo as planilhas de distribuição de mídia das duas licitantes onde demonstra-se que fora selecionado apenas cartaz como estratégia de não mídia:

d.

d.

Quadro Resumo

Veiculação					
Meio	Veículo	Período	Díde de inserção	Total (R\$)	%
TV Aberta	TV MIRANTE (REDE GLOBO)	02 a 16 de Outubro	19	R\$ 110.634,00	13,68%
	TV CIDADE (REDE RECORD)	02 a 16 de Outubro	19	R\$ 52.228,00	6,55%
	TV DIFUSORA (SBT)	02 a 16 de Outubro	19	R\$ 39.276,30	4,93%
	Total por meio			R\$ 202.138,30	25,37%
Rádio	MIRANTE FM 96,1	02 a 31 de Outubro	55	R\$ 13.090,00	1,64%
		01 a 30 de Novembro	60	R\$ 14.280,00	1,79%
	MIRANTE AM	02 a 31 de Outubro	55	R\$ 10.065,00	1,26%
		01 a 30 de Novembro	60	R\$ 10.980,00	1,38%
	EDUCADORA AM	02 a 31 de Outubro	55	R\$ 5.500,00	0,69%
		01 a 30 de Novembro	60	R\$ 6.000,00	0,75%
	JOVEM PAN NEWS	02 a 31 de Outubro	55	R\$ 8.167,50	1,02%
		01 a 30 de Novembro	60	R\$ 8.910,00	1,12%
	JOVEM PAN FM	02 a 31 de Outubro	55	R\$ 17.424,00	2,19%
		01 a 30 de Novembro	60	R\$ 18.008,00	2,28%
Total por meio			R\$ 113.424,50	14,23%	
Jornal	O ESTADO DO MARANHÃO	02, 08, 15 e 22 de Outubro	4	R\$ 182.560,00	22,91%
Total por meio			R\$ 182.560,00	22,91%	
Mídias Exterior - Outdoor	PALMER OUTDOOR	15 a 28 de Outubro	69	R\$ 58.650,00	7,36%
		29 de Outubro a 11 de Novembro	69	R\$ 58.650,00	7,36%
Total por meio			R\$ 117.300,00	14,72%	
Mídias Exterior - Frontlight	PALMER OUTDOOR	02 a 31 de Outubro	1	R\$ 1.500,00	0,19%
		01 a 30 de Novembro	1	R\$ 1.500,00	0,19%
Total por meio			R\$ 3.000,00	0,38%	
Internet	PORTAL O BIPARCIAL	02 de Outubro a 30 de Novembro	60 dias	R\$ 12.900,00	1,62%
Total por meio			R\$ 12.900,00	1,62%	
Total geral veiculação				R\$ 631.322,80	79,22%
Produção e Distribuição					
Tipo	Peça	Qtd.	Valor Unitário	Total	(%)
Produção - Mídia	VT - 30"	1	R\$ 43.000,00	R\$ 43.000,00	5,40%
	Spot - 60"	1	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	0,35%
	Anúncio de jornal - 4 col x 35cm - 4 layouts	4	R\$ -	R\$ -	0,00%
	Lona - Frontlight - 1 layout	1	R\$ 945,00	R\$ 945,00	0,12%
	Cartaz - Outdoor - 2 layout	138	R\$ 120,00	R\$ 16.560,00	2,08%
	Banner Web 300x250px - 1 layout	1	R\$ -	R\$ -	0,00%
Produção - Mídia Total			R\$ 63.305,00	7,94%	
Produção - Não Mídia	Cartaz A3 - 1 layout	5000	R\$ 0,35	R\$ 1.750,00	0,22%
	Assinatura de e-mail - 1 layout	1	R\$ -	R\$ -	0,00%
	Video com influenciadores - 1 layout	1	R\$ 73.000,00	R\$ 73.000,00	9,16%
	Aplicativo para smartphones - 1 layout	1	R\$ 25.000,00	R\$ 25.000,00	3,14%
	Postagem para Facebook - 1 layout	1	R\$ -	R\$ -	0,00%
	Produção - Não Mídia Total			R\$ 99.750,00	12,52%
Distribuição - Não Mídia	Cartaz A3	5000	R\$ 0,50	R\$ 2.500,00	0,31%
	Assinatura de e-mail	1	R\$ -	R\$ -	0,00%
	Video com influenciadores	1	R\$ -	R\$ -	0,00%
	Aplicativo para smartphones	1	R\$ -	R\$ -	0,00%
Distribuição - Não Mídia Total			R\$ 2.500,00	0,31%	
Total geral produção e distribuição				R\$ 165.555,00	20,78%
Total geral da campanha				R\$ 796.877,80	100,00%
Total de Veiculação					
R\$	631.322,80				79,22%
Total de Produção e Distribuição					
R\$	165.555,00				20,78%
Total da Campanha					
R\$	796.877,80				100,00%

d.

VITALE

RESUMO GERAL					
VEICULAÇÃO MÍDIA	VEÍCULO	PERÍODO	FORMATO	VALOR (%)	VALOR (R\$)
ELETRÔNICA	TV	01/09 A 30/10	Vídeo 30"	46,41	R\$ 363.942,68
ELETRÔNICA	RÁDIO	01/09 A 30/10	Spot 30"	10,88	R\$ 85.358,00
ELETRÔNICA	CINEMA	06/09 a 24/10	Vídeo 30"	5,62	R\$ 44.100,00
ONLINE	BANNER DIGITAL	01/09 a 30/10	Banner GIF animado	3,01	R\$23.600,00
ONLINE	POST PATROCINADO	01/09 a 30/10	Post	0,57	R\$4.500,00
IMPRESSA	JORNAL	02/09/18	01 página	4,96	R\$ 38.932,00
IMPRESSA	REVISTA	Out	01 página	0,31	R\$ 2.400,00
EXTERNA	OUTDOOR	03/09 a 14/10	50 placas	9,09	R\$ 71.250,00
EXTERNA	BACKBUS	01/09 a 30/10	15 traseiras	3,06	R\$ 24.000,00
EXTERNA	MOBILIÁRIO URBANO	01/10 a 15/10	25 faces	2,04	R\$ 16.012,50
EXTERNA	ESPAÇO SHOPPING	01/10 a 30/10	Lona 10x5 M	2,30	R\$ 18.000,00
PRODUÇÃO DE MÍDIA	DESCRIÇÃO	QTD	VALOR (%)	VALOR (R\$)	
VT 30"	Produção do VT incluindo filmagens externas, direção locução, trilha sonora e edição.	01	6,63	R\$ 52.000,00	
SPOT 30"	Produção e edição do spot incluindo cachê do locutor e trilha sonora.	01	0,06	R\$ 500,00	
OUTDOOR/CARTAZES	Impressão de cartazes papel com policromia total. Tamanho: 9x3 m	50	0,92	R\$ 7.200,00	
BACKBUS/ADESIVOS	Impressão digital de adesivos para traseira de ônibus. 2,90 x 2,40 m.	15	0,38	R\$ 3.000,00	
TOTENS/CARTAZES	Cartaz em Papel couchê brilho Tamanho de 1,80m x 1,20, m.	35	0,18	R\$ 1.400,00	
MÍDIA SHOPPING /LONA	Impressão e instalação de Lona impressa tamanho 10x5 m	01	0,32	R\$ 2.500,00	
PRODUÇÃO NÃO MÍDIA	DESCRIÇÃO	QTD	VALOR (%)	VALOR (R\$)	
CARTAZ	Impressão de cartazes em papel couchê brilho 115 g, Form. 310 x 440 mm 4x0 cores.	50.000	3,25	R\$ 25.500,00	
VALOR TOTAL DA CAMPANHA			100%	R\$ 784.195,18	

Comparando as estratégias de não mídia e as notas atribuídas às duas licitantes, questiona-se a disparidade no julgamento e pontuação. As duas empresas apresentaram a MESMA estratégia de não mídia, sendo que, nas Justificativas de notas da Vitale fora ELOGIADO e na Digital fora motivo de diminuição de nota.

Dessa forma, por tudo que fora exposto, a licitante Digital Publicidade requer a revisão desse quesito e que as notas da Digital sejam igualadas às notas atribuídas à Vitale. Devendo assim ser respeitado o Princípio da Impessoalidade.

V – DA ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA VIA NÃO IDENTIFICADA – INVÓLUCRO 1 - DA LICITANTE VITALE PROPAGANDA

Em análise realizada na proposta técnica – involucro 1 – da licitante Vitale Propaganda, identificou-se um erro cometido e seriamente despercebido pela comissão no ato de seu julgamento.

A licitante cometeu um erro grave ao não se atentar às exigências do edital e ao que nele identifica como sendo regra de apresentação da proposta.

No item 1.1.1.2 o edital descreve os itens na qual as licitantes devem embasar sua proposta técnica no âmbito da Estratégia de Comunicação Publicitaria, sendo:

1.1.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante:

- a) apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação.
- b) explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

Conforme se lê acima, o edital é cristalino quanto à exigência na apresentação da Estratégia de Comunicação, onde, em seu texto: **APRESENTARÁ E DEFENDERÁ O PARTIDO TEMÁTICO E O CONCEITO E EXPLICITARÁ E DEFENDERÁ OS PRINCIPAIS PONTOS DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA SUGERIDA PARA A SOLUÇÃO DO PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO, ESPECIALMENTE O QUE DIZER, A QUEM DIZER, COMO DIZER E QUE INSTRUMENTOS, FERRAMENTAS E MEIOS DE DIVULGAÇÃO UTILIZAR.**

Apesar de o edital estar bem claro, podemos facilitar ainda mais a interpretação do mesmo, ressaltando que, na Estratégia de Comunicação Publicitaria é preciso:

1. Apresentar o partido temático e conceito;

d.

2. Defender o partido temático e conceito;
3. Explicar os principais pontos da estratégia de comunicação;
4. Defender os principais pontos da estratégia de comunicação;
5. Apresentar a estratégia de comunicação quanto: o que dizer, a quem dizer, como dizer e quais instrumentos e meios utilizar.

Pode ser observado, em imagens da proposta apresentada, que na estratégia de comunicação apresentada pela licitante Vitale não foi cumprido NENHUMA das exigências supracitadas.

d.

VITALE

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
Estratégia de Comunicação Publicitária

4



(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

11

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Estratégia de Comunicação Publicitária

Com o objetivo de reforçar na sociedade o papel positivo da Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão, resgatar sua confiança e respeito, a estratégia de comunicação adota uma abordagem de massificação da informação sobre as funções básicas de uma Assembleia Legislativa, intrinsecamente necessárias para uma sociedade saudável.

Esta estratégia reforça o direito do povo maranhense de ser devidamente representado e de participar ativa e permanentemente, através do diálogo, das decisões dos deputados, que irão impactar justamente o próprio povo.

Frente à profunda crise nacional de representação política, reforçar na sociedade as funções da Assembleia Legislativa é lembrar da real finalidade do trabalho político e despertar na população maranhense o interesse pela participação política mais ativa, para além do momento do voto.

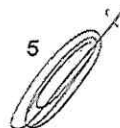
O cumprimento satisfatório das funções da Assembleia é entregar ao cidadão o que lhe é de merecimento por direito. E participar da vida pública, também em audiências públicas, sessões especiais, encontros, fóruns, visitas e outros eventos do calendário parlamentar, é direito e dever cívico do eleitor.

Assim, reconhece-se uma relação de sinergia, de colaboração mútua e coletiva, na qual ambos se retroalimentam em uma simbiose entre as demandas da sociedade, instituídas e legitimadas pela vontade popular e interesse público, e as ações legislativas dos deputados, que devem ser os representantes dos anseios do cidadão.

Esta função de representação e a ideia de sinergia nos leva a inferir que a Assembleia e o cidadão, em última análise, são na verdade uma mesma coisa, haja vista também que o parlamento é formado por, antes de tudo, pessoas que são membros da própria sociedade.

Tendo em vista as necessidades explicitadas em briefing oficial, selecionamos os objetivos gerais e específicos a serem alcançados pela comunicação e traçamos a estratégia de comunicação e em sequência a ideia criativa. Dessa forma, a campanha apresenta o conceito de participação do cidadão relacionado intimamente às funções da Assembleia e esta, por sua vez, apresentada como uma extensão e expressão da vontade popular, uma instituição constituída por membros da sociedade eleitos para atuar a serviço da própria sociedade. Esta estratégia narrativa busca, ao mesmo tempo em que destaca as funções da Assembleia, motivar uma maior participação do eleitorado nas decisões políticas oficiais.

A campanha ressalta assim a importância da Assembleia Legislativa do Maranhão para a vida da população, além de valorizar o deputado estadual como um agente político público a serviço dos interesses da sociedade, além de esclarecer e educar sobre o trabalho de um deputado estadual e incentivar o cidadão comum a cobrar e fiscalizar a atuação do parlamento estadual.



d.

VITALE

A campanha visa assim uma maior proximidade do cidadão comum com os temas e debates de seu próprio interesse, participação popular esta que simultaneamente pode favorecer uma renovação de atitudes, uma mudança de ares na política, angariando mais ética e garantindo mais honestidade para as instituições.

A ideia é abordar as funções da Assembleia e mostrar que elas são fundamentais enquanto extensões de necessidades da sociedade – a Assembleia como fiel depositária e responsável pelas deliberações que conduzem a sociedade a um estado de harmonia e bem-estar. Como ponto de partida foi elencada primeiramente a necessidade de compreensão da natureza e finalidade das atividades legislativas e a intrínseca e indispensável condição do povo como partícipe das decisões dos deputados estaduais.

6

É sabido que o edital é a lei máxima e deve ser seguido à risca. Se a licitante deixar de cumprir o que diz deverá ser penalizada.

O edital é totalmente claro e não restam dúvidas quando ao que deve conter no texto da Estratégia de Comunicação Publicitária, e, se a licitante não apresentou o que era exigido neste item deverá ter sua nota zerada, conforme o edital diz em seu item 3.3.7, o edital é claro ao determinar que a proposta que não cumprir suas exigências deve ser desclassificada.

3.3.7 Será desclassificada a Proposta que:

a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

b) não alcançar, no total da proposta técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 2.2.1.1 a 2.2.1.4 e 2.2.2 a 2.2.4.

Em observação às notas atribuídas a este quesito, acredita-se que houve um equívoco da comissão julgadora por não identificar o erro da licitante e ao atendimento INCOMPLETO ao edital, isso pois fora atribuída notas da seguinte forma e com as justificativas demonstradas a seguir:

d.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO

FORMULÁRIO DE ANÁLISES DE PROPOSTAS TÉCNICAS INDIVIDUAL

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

INVÓLUCRO Nº 01 NÃO IDENTIFICADO

NOME: Glaucione Pereira Pedrozo			
CPF: 022722303-93		RG: 14746472000-8	
FORMAÇÃO CURSO: Comunicação Social			
TÍTULO/TEMA: O POVO FALA, A ASSEMBLEIA FAZ			
QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA ATRIBUÍDA	JUSTIFICATIVA
RACIOCÍNIO BÁSICO	10	8,9	Entre as especificidades do legislativo estadual, cita e define seu papel em linha direta com o povo. Foca o trabalho da Alema com maior proximidade entre os dois lados que o compõe: cidadão x deputado. Suas funções são correlacionadas. Apresenta Diagnóstico preciso de crise de representatividade e propõe o uso de canais online como parte de novas ferramentas
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25	22,8	A estratégia demonstra a necessidade de aproximação do cidadão com a Assembleia e define ações publicitárias em direção à condição do povo como partícipe das decisões parlamentares. O conceito é claro na apresentação da estratégia.
IDEIA CRIATIVA	20	18,8	O povo. O fazer. O querer. Ideias bem sincronizadas com o objetivo estratégico da campanha. As peças buscam trazer o reconhecimento pelo cidadão, de si mesmo, dentro do processo
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10	9,2	Visa, ao mesmo tempo, a economicidade e abrangência dos meios propostos, levando em consideração o público, alcance e continuidade. Utiliza recursos próprios de Comunicação da Alema.
TOTAL	65	59,7	

DATA: 02/10/18	ASSINATURA: <i>Glaucione Pereira Pedrozo</i>
-------------------	---

Como pode a justificativa para nota 22,8 ser elaborada informando que "o conceito é claro na apresentação da estratégia" quando não fora apresentado o conceito neste quesito? Se não foi apresentado, logo não há como ser analisado, julgado e atribuído qualquer nota, devendo então esse quesito ter sido zerado.

d.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO

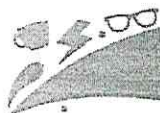
FORMULÁRIO DE ANÁLISES DE PROPOSTAS TÉCNICAS INDIVIDUAL

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

INVÓLUCRO Nº 01 NÃO IDENTIFICADO

NOME: Márcia Macieira Medeiros			
CPF: 405578393-00		RG: 109766099-8	
FORMAÇÃO CURSO: Comunicação Social			
TÍTULO/TEMA: O POVO FALA, A ASSEMBLEIA FAZ			
QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA ATRIBUÍDA	JUSTIFICATIVA
RACIOCÍNIO BÁSICO	10	9,0	Apresenta diagnóstico relativo às reais necessidades de comunicação da Assembleia. Estabelece como objetivo a busca pela proximidade do cidadão maranhense às ações da instituição como um todo e, também, diante das ações propostas pelos deputados.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25	23,0	O plano observa a necessidade de esclarecimento da atuação da Assembleia e da necessidade de trazer o povo para mais próximo da instituição. Seu eixo é informar para educar.
IDEIA CRIATIVA	20	18,9	Os instrumentos e peças utilizadas buscam motivar a interação do cidadão e do parlamentar. A ideia é convocar para a participação popular, no que tange à fiscalização e defesa do bem público.
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10	9,3	Forma pesquisas apresentando os meios mais utilizados e propõe estratégias a partir deles. A defesa das soluções de mídia e não-mídia diz respeito à percepção das mensagens nos diferentes meios.
TOTAL	65	60,2	

DATA: 02/10/18	ASSINATURA: Márcia Macieira Medeiros
-------------------	---



(92) 3236-6369
DIGITALPUBLICIDADE
DIGITALPUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - C.J. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

d.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO

FORMULÁRIO DE ANÁLISES DE PROPOSTAS TÉCNICAS INDIVIDUAL

EDITAL DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

INVÓLUCRO Nº 01 NÃO IDENTIFICADO

NOME: ANA LOURDES CASTRO SILVA FERREIRA			
CPF: 47164808368		RG: 950250198-8	
FORMAÇÃO CURSO: Comunicação Social			
TÍTULO/TEMA: O POVO FALA, A ASSEMBLEIA FAZ			
QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA ATRIBUÍDA	JUSTIFICATIVA
RACIOCÍNIO BÁSICO	10	8,8	Análise tem caráter informativo e educativo do papel da ALEMA para a sociedade. Recorre à necessidade de mudança de comportamento do povo em relação à instituição Assembleia e busca aproximar o cidadão do que ocorre na casa legislativa.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25	22,7	A proposta é bem fundamentada no que diz concerne ao resgate da confiança e do respeito hoje tão em descrédito pela população. O conceito define ações que buscam valorizar a figura do legislativo e instigar a participação do cidadão.
IDEIA CRIATIVA	20	18,8	Relação de peças bem definidas para atingir públicos em massa ou de forma segmentada, de acordo com proposta orientada pelo briefing.
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10	9,4	Apresenta dados de público e audiência de meios de comunicação utilizados como mídia. Diversidade de meios para alcançar o público alvo tanto na mídia quanto na não mídia. Faz bom uso dos recursos de comunicação já disponíveis pela ALEMA.
TOTAL	65	59,7	

DATA: 02/10/2018	ASSINATURA: <i>Ana Lourdes Castro Silva Ferreira</i>
------------------	--

É possível observar que, em todos os julgamentos fora atribuídas notas ao quesito Estratégia de Comunicação Publicitária erroneamente, pois, como NÃO foi apresentado o PARTIDO TEMÁTICO/ CONCEITO da campanha, deveria esse item ter sido ZERADO e a empresa desclassificada, conforme item 3.3.7 do edital, *in verbis*:

3.3.7 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total da proposta técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 2.2.1.1 a 2.2.1.4 e 2.2.2 a 2.2.4.

Por tudo aqui exposto, não restam dúvidas de que as incoerências citadas possibilitam a reanálise de nossa Proposta técnica, por parte da Subcomissão Técnica, para que desclassifique a licitante Vitale.

VI – DA ANÁLISE DAS NOTAS ATRIBUÍDAS À DIGITAL PUBLICIDADE SOBRE O INVÓLUCRO 3:

Sobre a análise do Invólucro N03 realizado pela Sra Glaucione Pereira Pedroso – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Quesitos	Pontuação Máxima	Nota Atribuída	Justificativa
Capacidade de atendimento	15	14,4	Profissional responsável se apresenta com bom tempo de experiência, apesar de não ter concluído curso superior na área.

De acordo com o edital, quanto ao JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA, o mesmo é claro ao destacar os quesitos a serem pontuados na proposta.

Item 3.2.2 Capacidade de Atendimento

- a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;

[...]

Primeiramente ressalta-se que não entendemos o motivo da nota ser diminuída pela justificativa “Profissional responsável se apresenta com bom tempo

de experiência, apesar de não ter concluído curso superior na área”, pois NÃO HÁ profissional responsável, a concorrência para agência de publicidade se dá na apresentação de UMA EQUIPE a estar disponível para execução do contrato.

O edital é claro no item 1.1.2, alínea b, ao especificar: “a quantificação e a qualificação sob forma de currículo resumido, dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas e quantidades mínimas a seguir: **1 (um) profissional de estudo e planejamento**, 2 (dois) profissionais de criação, 1 (um) profissional de produção de rádio e TV, 1 (um) profissional de design gráfico, 1 (um) profissional de mídia, 1 (um) profissional de atendimento”.

O edital não faz referência a apresentação de 1 pessoa responsável pela equipe ou até mesmo pela execução do serviço, até porque o serviço objeto da concorrência é realizado por um conjunto de profissionais em diferentes áreas.

Ademais, o item que faz referência ao julgamento da proposta técnica é claro ao informar que a valoração da pontuação é atribuída ao TEMPO DE EXPERIÊNCIA dos profissionais, conforme mostrado acima. Ainda sobre este quesito, ressalta-se que, para a função de estudo e planejamento são apresentados 2 profissionais (número a mais do que o solicitado em edital) e, a justificativa da nota diminuída foi atribuída somente a um deles.

Sobre a análise do Invólucro N03 realizado pela Sra Glaucione Pereira Pedroso – REPERTÓRIO

Quesitos	Pontuação Máxima	Nota Atribuída	Justificativa
Repertório	10	8,9	Cognição prejudicada visualmente na apresentação das peças publicitárias

Não entendemos a justificativa atribuída à nota 8,9 pois, foram apresentadas as 10 peças, em papel A4, com clareza, conforme exigido em edital.

Para demonstrar que as peças estavam com apresentação adequada e que não houve prejuízo, segue anexo os documentos de repertório apresentados.

De acordo com o critério de julgamento, item 3.2.3, *in verbis*, não há espaços para outras interpretações, pois o edital é específico ao relatar seu critério de

d.

juízo, tendo a Digital Publicidade cumprido todos os quesitos do edital, em seu item 1.1.3 e também atendido de forma completa os quesitos de julgamentos do item 3.2.3.

3.2.3 Repertório

- a) a idéia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza das peças;
- c) a qualidade da execução e do acabamento.

Mostramos abaixo a forma de apresentação das peças para que seja analisado quanto a forma de apresentação, visualização e entendimento. E, ainda, em análise das peças de repertório da licitante Clara Comunicação, identificou-se que fora apresentado de forma muito semelhante e tendo esta atribuída nota máxima, com a justificativa "Boa apresentação de peças".

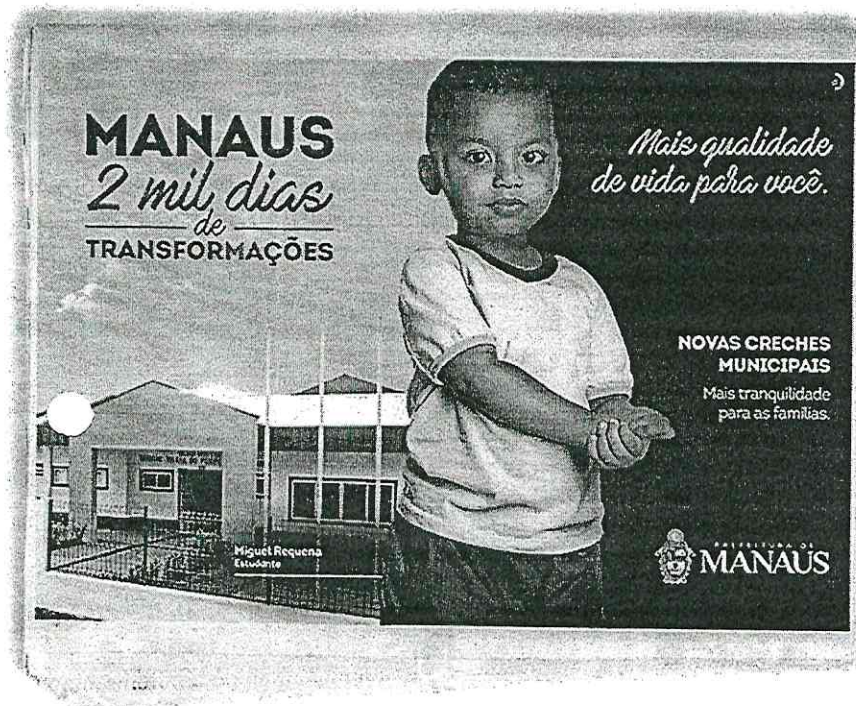
d.

Peças do repertório da Digital Publicidade:

d.

Anexo – Peça 01

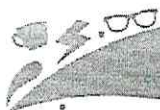
Peça: Anúncio de jornal – Dimensões Originais: 25 x 17,5cm – Cliente: Prefeitura Municipal de Manaus



(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

Assinatura



(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

21

d.

d.

Anexo – Peça 05

Peça: Anúncio de revista – Dimensões Originais: 40,4x26,6cm – Cliente: Prefeitura Municipal de Manaus



(92) 3236-6369
 (P) DIGITALPUBLICIDADE
 (C) DIGITALPUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
 MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
 RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - C.J. MORADA DO SOL
 ALEIXO - CEP: 69060-094

10



(92) 3236-6369
 (P) DIGITALPUBLICIDADE
 (C) DIGITALPUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
 MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
 RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - C.J. MORADA DO SOL
 ALEIXO - CEP: 69060-094

25

d.

d.

Anexo – Peça 06

Peça: Anúncio de jornal – Dimensões Originais: 29,7x26cm – Cliente: Serviço Brasileiro
de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Amazonas – SEBRAE/AM

PARABÉNS

PARA VOCÊ QUE TEM A
FORÇA DE TRANSFORMAR
SONHOS EM SUCESSO.

05 de outubro,
Dia da Micro e Pequena Empresa.

O Sebrae tem orgulho em apoiar aqueles que tem coragem
para transformar o sonho do negócio próprio em realidade.

45 SEBRAE

0800 570 0800 | Rua Leonardo Malcher, 924 - Centro - Manaus/AM
Acesse: www.sebrae.com.br/interativos
#sebrae #sebraeam

(92) 3236-6369
① DIGITAL PUBLICIDADE
② DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

12

Resolup

(92) 3236-6369
① DIGITAL PUBLICIDADE
② DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

26

d.

d.

Anexo – Peça 02

Peça: Anúncio de jornal – Dimensões Originais: 25 x 17,5cm – Cliente: Prefeitura
Municipal de Manaus

NÓS SOMOS O TRÂNSITO

SEMANA MUNICIPAL DE PREVENÇÃO E COMBATE À VIOLÊNCIA NO TRÂNSITO

Atitudes prudentes no dia a dia fazem do trânsito um lugar mais seguro para todos: motoristas, motociclistas, ciclistas e pedestres. A mudança depende de todos nós. Faça a sua parte e colabore com a Semana Municipal de Prevenção e Combate à Violência no Trânsito (Lei Municipal nº 1861 / 06 de maio de 2014). A MUDANÇA COMEÇA POR VOCÊ.

PREFEITURA DE MANAUS



(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

Handwritten signatures and initials.



(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

Handwritten mark.

d.

d.

Anexo – Peça 03

Peça: Anúncio de jornal – Dimensões Originais: 25 x 17,5cm – Cliente: Prefeitura
Municipal de Manaus



MEIA-PASSAGEM 2018
CADASTRE-SE DE 16/01 A 16/02  estudantes.manaus.am.gov.br

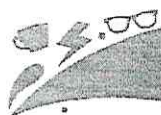
Não perca o prazo de cadastramento e recadastramento para meia-passagem 2018. O cadastro é exclusivamente pela internet. Acesse o site e siga as instruções passo a passo para garantir o seu benefício.

INFORMAÇÕES:
2123-0700  **PREFEITURA DE MANAUS**

(92) 3236-6369
① DIGITAL PUBLICIDADE
② DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

acelys   



(92) 3236-6369
① DIGITAL PUBLICIDADE
② DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094



d.

d.

Anexo – Peça 04

Peça: Anúncio de jornal – Dimensões Originais: 25x17,5cm – Cliente: Prefeitura Municipal de Manaus



GUARDA RESPONSÁVEL.
Uma atitude de amor pelos animais e por nossa cidade.

A guarda responsável é um conjunto de ações educativas que garantem a convivência respeitosa, a igualdade de direitos e responsabilidade entre sociedade e animais, além de promover a proteção do meio ambiente e prevenção de problemas de saúde pública em Manaus. Seja um cidadão responsável. Acesse o portal da Prefeitura, conheça melhor as etapas da guarda responsável e ajude a divulgar esta ideia.

 **PREFEITURA DE MANAUS**
www.manaus.am.gov.br



(92) 3236-6369
① DIGITALPUBLICIDADE
② DIGITALPUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

Adesão 8 *14*



(92) 3236-6369
① DIGITALPUBLICIDADE
② DIGITALPUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

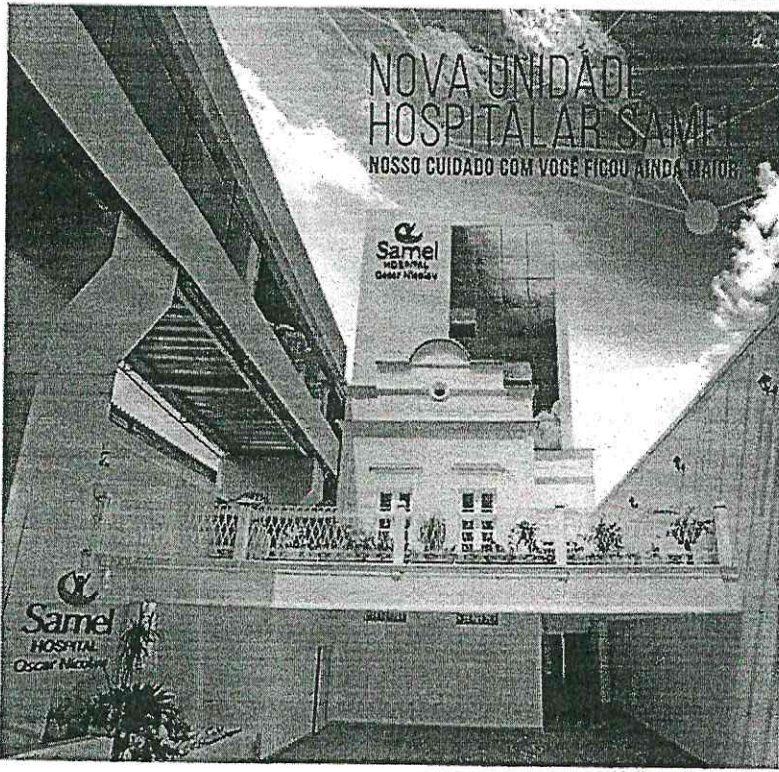
24

d.

d.

Anexo – Peça 07

Peça: Anúncio de jornal – Dimensões Originais: 25x30cm – Cliente: Samel Serviços De
Assistência Médico Hospitalar Ltda



**NOVA UNIDADE
HOSPITALAR SAMEL**
NOSSO CUIDADO COM VOCE FICOU AINDA MAIOR

Samel
HOSPITAL
Oscar Niemeyer

O grupo Samel acaba de dar mais um importante passo rumo ao futuro. A nova unidade é um moderno e bem equipado complexo de saúde, ampliando a capacidade de atendimento e elevando ainda mais o padrão de qualidade Samel. Sua nova referência em saúde na cidade de Manaus.

AV. JOAQUIM NABUCO, 1666 ☎ 1921 2129-2200 WWW.SAMEL.COM.BR FB.COM/SAMEL.MANAUAS

Samel
Assistência Médica

(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

14

(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

27

d.

d.

Anexo – Peça 09

Peça: Anúncio de jornal – Dimensões Originais: 25x35cm – Cliente: Prefeitura Municipal de Manaus



**ZONA FRANCA 50 ANOS.
MANAUS E O PLANETA
AGRADECEM.**

SUFRAMA 50 ANOS ▲

A Zona Franca de Manaus (ZFM) chega aos 50 anos como principal sustentáculo da economia estadual. É uma conquista dos manauaras e do povo amazonense. Com a assinatura de convênio, no valor de R\$ 152 milhões, em breve a Prefeitura iniciará a recuperação completa das ruas do Distrito Industrial. A hora é de contribuir para ajudar o modelo a superar a crise econômica, atraindo novos investimentos, sedimentando as condições para que o Amazonas encontre alternativas ao seu desenvolvimento. Parabéns ao modelo que tirou a mão de obra da exploração desordenada do patrimônio ambiental e preservou a Floresta Amazônica. O planeta agradece.

 **PREFEITURA DE
MANAUS**

(92) 3236-6369
DIGITALPUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

18

(92) 3236-6369
DIGITALPUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

d.

d.

Anexo – Peça 08

Peça: Anúncio de revista – Dimensões Originais: 40,4x26,6cm – Cliente: Prefeitura
Municipal de Manaus

Para quem acha que Manaus é só rio e floresta, aqui vai uma boa notícia: além de curtir as belezas de uma das paisagens mais incríveis do planeta, em Manaus você também pode aproveitar a variedade gastronômica, o comércio, a arte, a cultura e sair à altura das grandes metrópoles. São tantos encantos que você tem sempre um bom motivo para voltar e se apaixonar novamente. Como o nosso incrível e surpreendente revelon, considerado o melhor da Amazônia.

DESCUBRA A METRÓPOLE ALÉM DA FLORESTA.

CONHEÇA MANAUS.
CONSULTE SEU
AGENTE DE VIAJENS.
vivamanaus.com

PREFEITURA DE
MANAUS

(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - C.J. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

16



(92) 3236-6369
DIGITAL PUBLICIDADE
DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - C.J. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

Em análise e comparação às peças dos repertórios desta licitante com a empresa Clara Comunicação, é possível identificar a semelhança na forma de apresentação.

Segue abaixo as peças de repertório da Clara Comunicação:



6) Anúncio Carnaval - Revista Carta Capital

Agência: Clara Comunicação

Cliente: Secretaria de Turismo e Cultura

Peça: Anúncio revista Carta Capital

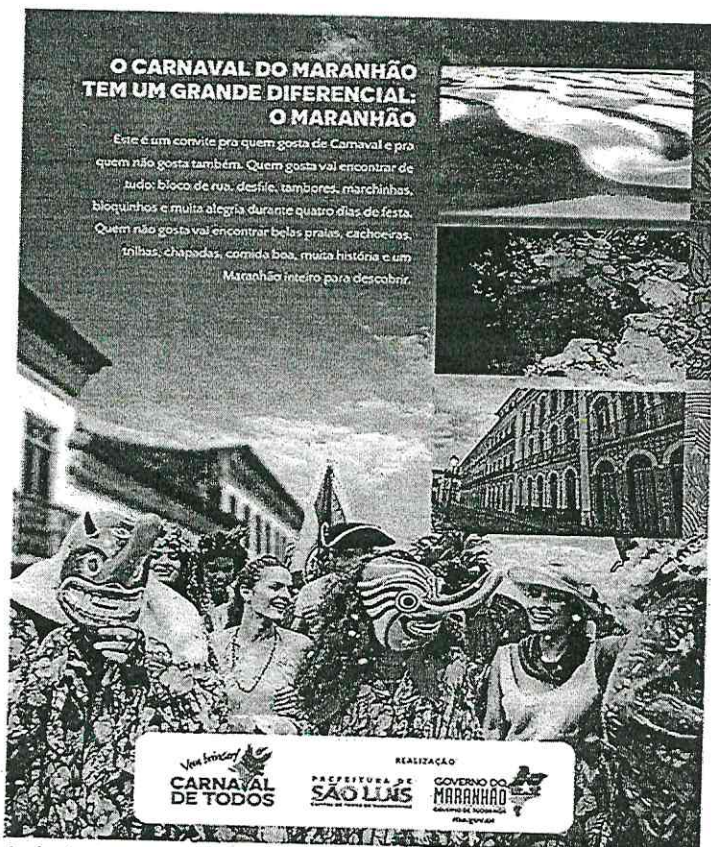
Título: Carnaval de Todos

Produção: janeiro 2017

Período de veiculação: fevereiro 2017

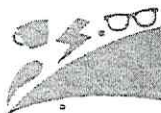
Veículos: Revista Carta Capital

Síntese - solução/problema: Anúncio que integra a ampla estratégia de divulgar o Maranhão como destino turístico, que incluiu ações e meios para divulgar eventos e datas específicas, como nesse caso, de anúncio em revista nacional para divulgar e convidar o público a conhecer o estado à época do Carnaval.



Anúncio de Revista - 1 Página

Handwritten signature and initials
8.



(92) 3236-6369

DIGITAL PUBLICIDADE

DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80

MANAUS - AMAZONAS - BRASIL

RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL

ALEIXO - CEP: 69060-094

d.



9) Senac Flyer

Agência: Clara Comunicação

Cliente: SENAC-MA

Peça: Flyer

Título: Banco de Oportunidades

Produção: Julho de 2017

Período de veiculação: Atemporal com distribuição a partir do próprio mês de julho de 2017

Veículos: distribuição livre

Síntese - solução/problema: Este projeto específico do SENAC, o Banco de Oportunidades, busca aproximar jovens do mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que oferece futuros profissionais para os empresários. Para corporificar essa mensagem bilateral, foi criada uma peça que mostra literalmente os dois lados, conversando e aproximando ambas as partes interessadas.

Frente



Verso



Flyer

Formato: 10,5 cm x 29,7 cm - Colorido

11

d.



10) Anúncio - 100 Dias
 Agência: Clara Comunicação
 Cliente: Prefeitura de São Luís
 Peça: Anúncio 1/2 página Colorida
 Título: 100 Dias de Governo - Limpeza Urbana
 Produção: Abril 2013
 Período de veiculação: 12 e 16 de abril de 2013
 Veículos: jornal O Imparcial e Jornal Pequeno

Síntese - solução/problema: O anúncio fez parte da Campanha institucional da Prefeitura de São Luís e teve o propósito de mostrar as principais ações realizadas pela nova gestão da administração municipal em apenas 100 dias de Governo. A peça em questão destaca os serviços urbanos emergências, entre eles o de limpeza pública que foi intensificado pela Prefeitura em toda a cidade.

**Em apenas
100 DIAS
a CIDADE
começa a mudar**

A Prefeitura está superando as dificuldades com trabalho e eficiência.
 O primeiro passo foi arrumar a casa e planejar um futuro melhor para a cidade.
 Ampliação da limpeza aos bairros e atenção especial ao Centro Histórico.
 Novas linhas e aumento do número de viagens no transporte coletivo.
 Novos veículos para os Conselhos Tutelares. Início da recuperação asfáltica da cidade
 e desobstrução de canais. Retomada do serviço de iluminação pública nos bairros
 e na BR 135. Reinício das obras da Praça dos Esportes da Cultura do Corado.

SÃO LUÍS
 Prefeitura e você, construindo um novo caminho

E isso é só o começo. Com diálogo e transparência, vem muito mais por aí.

Anúncio 1/2 página

Handwritten signatures and initials

12

Diante do motivo exposto, não se vê motivos para a nota da Digital Publicidade ter sido diminuída com a justificativa de "cognição prejudicada visualmente", quando a da Clara Comunicação fora atribuída nota máxima com a justificativa "Boa apresentação".



CNPJ: 06.149.812/0001-80
 MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
 RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
 ALEIXO - CEP: 69060-094

Handwritten signature

32

d.

**Sobre a análise do Invólucro N03 realizado pela Sra Glaucione Pereira Pedroso
– RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO**

Quesitos	Pontuação Máxima	Nota Atribuída	Justificativa
Relatos de solução de problema de comunicação	10	8,0	O resultado apresentado é subjetivo, não podendo ser atribuído a ele, exclusivamente, o sucesso da campanha publicitária

Primeiramente, não está claro qual dos dois relatos apresentados, a justificativa se refere. Por este motivo, apresentamos novamente os relatos para que seja evidenciado a consistência das relações de causa e efeito entre os problemas e soluções.

No primeiro relato, do cliente Amazonas Shopping Center, os resultados apresentados foram fornecidos pelo próprio shopping, que ainda atestou como sendo verídicos e que foram advindos da campanha executada no período. Ademais, os resultados não são, de forma alguma, subjetivos, tendo apresentado números e resultados específicos de campanha.

Em relação ao relato da Prefeitura Municipal de Manaus, a mesma atestou os resultados avindos de campanha, não sendo cabível a comissão julgar o mérito da campanha, sendo que os próprios clientes atestaram a consistência das relações de causa e efeito e também a relevância dos resultados. Tendo os dois relatos apresentado resultados condizentes com as campanhas apresentadas e também tendo cumprido todos os itens de julgamento do edital.

Ressaltando que, a análise e julgamento das propostas técnicas devem seguir exclusivamente o edital, não sendo legal análises e avaliações pessoais.

De acordo com o critério de julgamento, item 3.2.4, *in verbis*, não há espaços para outras interpretações fora as que o edital explicita, tendo a Digital Publicidade cumprido todos os quesitos do edital, em seu item 1.1.4 e também atendido de forma completa os quesitos de julgamentos do item 3.2.4.

3.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a concatenação lógica da exposição;
- b) a evidência de planejamento publicitário;
- c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) a relevância dos resultados apresentados.

Resultados apresentados nos 2 relatos da Digital Publicidade:

Resultado: O fluxo de público no Shopping aumentou substancialmente em todos os dias de evento com um adicional importante: criamos hábito, frequência e afinidade, e ainda proporcionamos a experimentação necessária para formar novos consumidores, além de tornar o Shopping o preferido na escolha do consumidor. No meio online, mais de 20 sites divulgaram espontaneamente a campanha e, nas redes sociais a ação foi um sucesso, obtendo no Facebook um alcance total de quase 480 mil pessoas, com a interação de cerca de 341 mil curtidas e envolvimento de mais de 28 mil usuários nas publicações do período. No Instagram as postagens alcançaram uma média de 19 mil pessoas, que se envolveram nas mais de 30 mil interações em posts, comentários e mais de 200 stories realizados com os influenciadores digitais. Na mídia off-line, tivemos um total de 14 inserções em jornais de forma espontânea. De acordo com o marketing do Shopping, o evento trouxe um aumento de cerca de 05% no fluxo de clientes, com um crescimento de vendas de 5,32% em comparação ao mês de junho de 2017. Consolidando a campanha, segundo o cliente, como uma das mais bem-sucedidas realizadas pelo Amazonas Shopping no período.

Formalização da Balada

Resultado: Em uma edição histórica, o 20º ano de Boi Manaus levou mais de 130 mil pessoas para a Ponta Negra, 30% a mais que o público presente nos anos anteriores. Em dois dias de festa, suas 32 atrações resultaram em mais de 19h de programação no total.

Sobre a análise do Invólucro N03 realizado pela Sra. Ana Lourdes Castro Silva Ferreira – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Quesitos	Pontuação Máxima	Nota Atribuída	Justificativa
Capacidade de atendimento	15	14,4	Sistemática de atendimento apresenta profissionais qualificados para função, porém sem atuação na região demonstrada na proposta

De acordo com o edital, quanto ao JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA, o edital é claro ao pontuar os quesitos a serem pontuados na proposta.

O Item 3.2.2, que trata da Capacidade de Atendimento, assim diz:

3.2.2 Capacidade de Atendimento

- o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- a adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- a operacionalidade do relacionamento entre a CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;

- e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

Dessa forma, resta evidente que a julgadora atribuiu a nota deste quesito a um fator fora dos critérios de julgamento do edital pois não é claro e nem evidente que o edital exija comprovação de experiência na região.

De acordo com o critério de julgamento no item 3.2.2, supracitado, não há espaços para outras interpretações fora a que o edital diz, tendo a Digital Publicidade cumprido todos os quesitos do edital, em seu item 1.1.2 e também atendido de forma completa os quesitos de julgamentos do item 3.2.2. Não tendo nenhuma menção, em edital e nem menção de necessidade ou até mesmo a importância em se ter profissionais que tenham atendido a região.

Ademais, observou-se que a nobre julgadora atribuiu nota 14,9 à empresa Prompt Comunicação e Marketing, apresentando a seguinte justificativa: "Se propõe a alterações de acordo com as demandas apresentadas. Flexibilidade. Infraestrutura Satisfatória".

Diante da nota dada à licitante Prompt e da justificativa apresentada para a mesma, promovemos uma comparação das propostas para que seja verificada a existência das mesmas qualidades da Digital Publicidade, tendo, portanto, a necessidade de ter sua nota majorada por apresentar as mesmas qualidades que a licitante comparada.

Vejamos o que dizem as propostas quanto: "Se propõe a alterações de acordo com as demandas apresentadas. Flexibilidade"

d.

Proposta Digital Publicidade:

d.

Prazos estipulados

Para apresentação de grandes campanhas, que utilizem diversificados meios de comunicação publicitária e planejamentos específicos, será necessário um prazo máximo de 5 dias úteis – tempo necessário para planejamento, criação do conceito, propostas de layout, planejamento de mídia, levantamento de custos e apresentação. Para campanhas menores, que envolvam um planejamento mais simples, se fazem necessários apenas 3 dias úteis para a criação e apresentação da campanha. Além disso, outros materiais têm um tempo de desenvolvimento característico, conforme descrito abaixo:

Planejamento e criação de campanha completa: 5 dias

Planejamento e criação de campanha simples: 3 dias

Planejamento de ações publicitárias: 3 dias

Criação de roteiro para comercial de televisão e rádio: 1 dia

Criação de peças avulsas: 2 dias

Criação de arte para anúncio em jornal/revista: 2 dias

Criação de arte para mídias OOH: 2 dias

Criação de arte para impressos em geral: 2 dias

Criação de marcas/ logos: 4 dias

Criação de artes para publicidade legal: 12 horas

Elaboração de plano de mídia: 12 horas

Criação de materiais não englobados nos itens acima: prazo a negociar

Imprevistos compreensivos

Em casos de urgência, e em virtude de possuir uma estrutura ágil e dinâmica, a Digital Publicidade pode vir a trabalhar, excepcionalmente, nos fins de semanas e/ou feriados, reduzindo ainda mais os prazos anteriormente estabelecidos. Quando houver necessidade do desenvolvimento de trabalhos em caráter de urgência, a contratante poderá contatar seu atendimento ou até mesmo o diretor da agência e fazer a solicitação.

d.

Proposta da Prompt –página 6 – capacidade de atendimento:

De forma geral, pode-se estimar os prazos que seguem para execução das demandas apresentadas pelo cliente:

- Reunião com atendimento e coleta de briefing: 1 dia;
- *Brainstorm*: 2 dias;
- Planejamento estratégico: 3 dias;
- Criação e apresentação de layout para o cliente: 3 dias;
- Elaboração do plano de mídia: 3 dias;
- Alterações: 1 dia;
- Produção: prazo variável, de acordo com a demanda solicitada.

Vale ressaltar que esses prazos podem sofrer alterações de acordo com as condições e características de cada trabalho, no qual as etapas de *brainstorm*, planejamento estratégico, plano de mídia e criação podem ocorrer todos concomitantemente. Trabalhos emergenciais serão produzidos prontamente, desde que haja o mínimo de tempo hábil para criação, produção e veiculação, etapas fundamentais.

O papel da Prompt, destarte, é captar informações e transformá-las em ações e campanhas que divulguem o trabalho da Assembleia Legislativa do Maranhão e resolvam seus problemas e necessidade de comunicação apresentados.

d.

Vejamos o que dizem as propostas quanto: "Infraestrutura Satisfatória".

Proposta Digital Publicidade:

d.

AS INSTALAÇÕES, A INFRAESTRUTURA E OS RECURSOS MATERIAIS QUE ESTARÃO À DISPOSIÇÃO PARA EXECUÇÃO DO CONTRATO.

A DIGITAL PUBLICIDADE: INSTALAÇÕES

Um modelo inovador de agência de publicidade, a empresa apresenta novo conceito em atendimento e processos, focada na resolução das necessidades do cliente com eficácia e rapidez. Com infraestrutura completa, a agência está pronta a atender às demandas de comunicação e estratégia publicitária da Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão.

A Digital Publicidade tem sua primeira unidade instalada em sede própria, na capital do Amazonas – Manaus, em um terreno de 500 m² de área construída, na Rua Estrela Sírius, n°09, no Conjunto Morada do Sol – Bairro Aleixo. Atualmente possui planejamento para expansão para outras cidades.

Tem sua estrutura projetada especificamente para seu ramo de atividade, com ambiente planejado, moderno, equipamentos de última geração, softwares atualizados e uma equipe competente e completa.

A Digital Publicidade é uma empresa cuja atividade é exclusivamente agência de publicidade, com mais de catorze anos de existência, cadastrada no CENP com registro ativo e certificado válido. Ao longo de sua história, manteve em seus cases contas públicas e privadas, os quais proporcionaram que o trabalho diferenciado da agência pudesse ser mostrado e comprovado. Conta com auxílio de diversos fornecedores para que todos os serviços possam ser planejados e executados com qualidade, culminando em resultados positivos aos clientes. É composta por uma equipe competente, criativa e inovadora, que conhece e entende profissionalmente o mercado publicitário. Possui uma ótima estrutura e equipamentos de ponta.

A principal missão da agência é ser parceira de seus clientes e fazer sempre o melhor por cada um. A Digital orgulha-se em ter uma história de trabalho, seriedade e comprometimento com tudo o que se propõe a fazer.

A Digital Publicidade possui experiência, *know-how* e processos exclusivos e inovadores para atender a publicidade da Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão de forma eficiente, em linguagem acessível e estimulante, atingindo assim as metas necessárias.

Caso a licitante Digital seja a vencedora da presente concorrência, irá destacar os profissionais necessários à execução do contrato para atendimento de forma exclusiva,



CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

23



CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

38

d.

d.

comprometendo-se a montar em até 30 dias uma agência, com estrutura, instalações, infraestrutura e recursos materiais semelhante a existente em Manaus, na cidade de São Luís, no estado do Maranhão, afim de cumprir de maneira eficaz as demandas de comunicação geradas pela Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão, prestando, assim, um serviço de qualidade como sua agência de publicidade.

A adequação das qualificações e das quantificações dos profissionais será adequada a estratégia de comunicação da Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão.

INFRAESTRUTURA

Projetada para suas atividades, a infraestrutura da agência foi planejada visando a funcionalidade dos serviços prestados de forma moderna e prática, possuindo jardim, recepção, sala de reunião, sala de atendimento, planejamento, mídia, produção, criação, estação de impressão, lounge, financeiro, jurídico, administrativo e RH, sala de arquivo, copa, área externa frontal e posterior com piscina.



Agência Digital Publicidade – Rua Estrela Sírius, n. 09 – Conjunto Morada do Sol – Bairro Aleixo / Manaus – AM



CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

Handwritten signatures and initials.
24



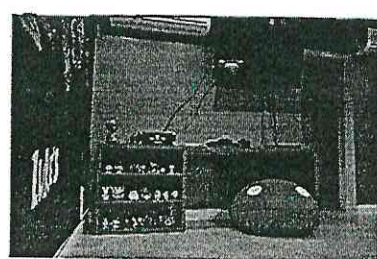
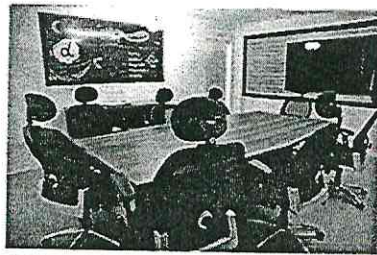
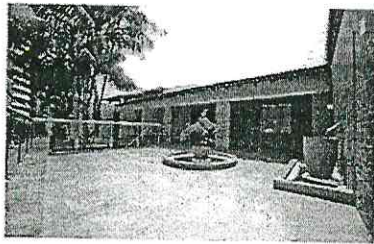
CNPJ: 06.149.812/0001-80
MANAUS - AMAZONAS - BRASIL
RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
ALEIXO - CEP: 69060-094

Handwritten signature.
39

d.

d.

DEMONSTRATIVO DAS INSTALAÇÕES DA AGÊNCIA



(92) 3236-6369
 ① DIGITAL PUBLICIDADE
 ② DIGITAL PUBLICIDADE

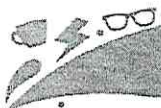
CNPJ: 06.149.812/0001-80
 MANAUS - AMAPÁ - BRASIL
 RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
 ALEIXO - CEP: 69060-094

Handwritten signature

25

A

Handwritten signature



(92) 3236-6369
 ① DIGITAL PUBLICIDADE
 ② DIGITAL PUBLICIDADE

CNPJ: 06.149.812/0001-80
 MANAUS - AMAPÁ - BRASIL
 RUA ESTRELA SÍRIUS, 9 - CJ. MORADA DO SOL
 ALEIXO - CEP: 69060-094

Handwritten signature

40