



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Distrito Federal

ATA DE JULGAMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Processo Administrativo nº 214493/2019

Local: Sala de reuniões, Bloco B sede do Crea-DF em Brasília-DF

Tomada de preços: 01/2023

Ao trigésimo dia do mês de março do ano de dois mil e vinte e três, às 15 horas, na sala de reuniões, localizada no bloco B da sede do Crea-DF, situado a SGAS 901 CJ D em Brasília-DF, reuniu-se a Subcomissão Técnica designada por meio de processo administrativo nº 202419/2022 do Crea-DF, tendo os seguintes membros: Fernanda Santana e Jailson Alves Veloso, ambos funcionários do Crea-DF e Patrícia Figueiredo, representante do Sinduscon-DF para proceder a análise e julgamento das propostas técnicas para a Tomada de Preços nº 01/2023, tendo como objeto: contratação de empresa especializada visando a prestação de serviço de planejamento e execução da publicidade do Crea-DF em mídias digitais, jornais de grande circulação e outros veículos de comunicação, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse. A reunião teve como objetivo avaliar as propostas apresentadas no **Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária)** da tomada de preços supracitada.

Na tabela abaixo, apresentamos a média aritmética das notas concedidas para cada proposta. As notas individuais de cada membro da subcomissão foram anotadas em planilha anexa, que ficará disponível como anexo às atas das reuniões.

Quesito - Plano de Comunicação Publicitária

Propostas	Subquesito I - Raciocínio Básico	Subquesito II - Estratégia de Comunicação Publicitária	Subquesito III - Ideia Criativa	Subquesito IV - Estratégia de Mídia e Não-Mídia	Total
Proposta Crea-DF garantia de respeito	4,6	16,5	14,9	8,8	44,8
Proposta Se tem Crea é de Confiança	5	19	18,8	9,8	52,6



CREA-DF
Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Distrito Federal



SGAS Qd. 901 Conj. D - Brasília-DF - CEP 70390-010
Tel: +55 (61) 3961-2800
atendimento@creadf.org.br
www.creadf.org.br

[Handwritten signatures and initials in blue and red ink]



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Distrito Federal

Justificativa das notas da avaliação:

Proposta – Crea-DF garantia de respeito

Raciocínio Básico: A licitante demonstrou um entendimento básico institucional correto sobre o Crea-DF, contudo houveram algumas incongruências quanto a discorrimento em seu texto sobre a atuação e missão do Conselho, que as vezes se mostrou confusa.

Estratégia de comunicação publicitária: Apresentou uma estratégia que abrange o público principal do Crea-DF e também colaboradores do Conselho dentro de sua campanha, contudo ficou confusa a mensagem do e-mail marketing para profissionais e para o público interno. Os produtos propostos e sua diversificação na forma de veiculação atendem ao propósito de divulgação do Crea-DF.

Ideia criativa: A empresa apresentou arte para a representação do campo da engenharia considerada um tanto “carregada” de elementos a qual foi utilizada nas demais variações. Destaca-se negativamente a questão do padrão cromático dos capacetes utilizado na imagem a qual não representa a cor correta que o Engenheiro utiliza em sua atuação. A licitante no conceito de suas peças (vídeo) dá a entender que o Crea-DF é responsável pela qualidade dos serviços prestados quando na verdade isso é um reflexo da sua atuação na fiscalização do exercício profissional por profissionais habilitados.

Justificativa nota quesito IDEIA CRIATIVA membro Jailson Veloso: A minha avaliação individual deve-se que a ideia apresentada mostrou-se com um design sobre o universo da Engenharia com uma representação complexa em quantidade de elementos, tornando-a um tanto carregada e próximo do lugar comum. Contudo estas questões poderiam ser alinhadas com a iteração junto ao cliente não desmerecendo assim os outros elementos propostos dentro deste quesito na campanha analisada.

Estratégia de mídia e não-mídia: A empresa apresentou uma estratégia diversificada com produtos digitais e de mídia externa com destaque para out-door, pod-cast, hot-site e e-pub com bom encadeamento com a estratégia de envolvimento da datas comemorativas importantes dentro do Sistema Confea/Crea e os diversos públicos alvo. A empresa não informou de forma clara o custo individual para o investimento de cada peça proposta em seu plano de utilização de recursos.



CREA-DF
Conselho Regional de Engenharia
e Agronomia do Distrito Federal



SGAS Qd. 901 Conj. D - Brasília-DF - CEP 70390-010
Tel: +55 (61) 3961-2800
atendimento@creadf.org.br
www.creadf.org.br



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Distrito Federal

Proposta – Se tem Crea é de Confiança

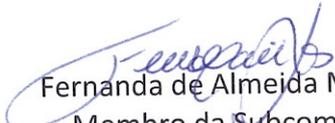
Raciocínio Básico: A licitante apresentou um entendimento básico correto sobre o Crea-DF com uma boa organização das ideias tendo seu texto redigido de forma clara e objetiva.

Estratégia de comunicação publicitária: Apresentou uma estratégia bem diversificada para a divulgação da campanha com a possibilidade de atingir um bom número de pessoas impactadas tanto nos meios off-line com a divulgação em bus-door e out-door em lugares estratégicos tanto com a publicação de anúncios on-line em plataformas de grande acesso na internet. Fixou mais atenção nos engenheiros com pouca abordagem ao público interno.

Ideia criativa: A licitante apresentou peças com um visual uniforme, limpo e agradável no conjunto geral das mensagens de texto e cores, porém com certa inadequação das imagens a algumas peças apresentadas, mesmo de produtos que já estão sendo divulgados pelo Crea-DF. Nessas variações houveram também erros quanto a representação correta da cor do capacete que o engenheiro utilizada em sua atuação, que é a cor branca. O conceito é bem acertado na emissão da mensagem de importância da presença de um profissional habilitado e registrado no Crea-DF para a responsabilidade técnica de serviços de Engenharia. Faltou abordagem de demais públicos internos.

Estratégia de mídia e não-mídia: Apresentou uma estratégia bem diversificada contemplando vários meios de comunicação já consagrados, bem como uma estratégia bem detalhada para a divulgação em diversos meios digitais. Apresentou um bom detalhamento nos relatórios de utilização de recursos e impacto com as diversas peças.

Nada mais havendo a tratar, sendo lavrada a presente ata, que lida e aprovada, segue assinada pelos membros da subcomissão técnica. Brasília-DF, 30 de março de 2023.


Fernanda de Almeida Martins Santana
Membro da Subcomissão Técnica


Jailson Alves Veloso
Membro da Subcomissão Técnica


Patrícia de Moraes Figuerêdo Rodrigues
Membro da Subcomissão Técnica



CREA-DF
Conselho Regional de Engenharia
e Agronomia do Distrito Federal



SGAS Qd. 901 Conj. D - Brasília-DF - CEP 70390-010
Tel: +55 (61) 3961-2800
atendimento@creadf.org.br
www.creadf.org.br



CMS

ANÁLISE SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Análise	Análise	Análise	Média
43,5	48,9	42	44,8

ENVELOPE 1 - Crea-DF Garantia de Respeito
Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária
Subquesto I - Raciocínio Básico

Atributo	Fernanda	Jailson	Patrícia	Média
	Análise	Análise	Análise	
Acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Crea-DF nos contextos de sua atuação;	1	0,8	1	
A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativo às necessidades de comunicação publicitária identificada;	1	1	1	
A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Crea-DF;	1	2	2	
No entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	1	1	1	
TOTAL	4	4,8	5	4,6

Subquesto II - Estratégia de Comunicação Publicitária

Atributo	Fernanda	Jailson	Patrícia	Média
	Análise	Análise	Análise	
A adequação da linha temática e do conceito propostos à natureza e às atividades do Crea-DF, bem como ao desafio e objetivos de comunicação;	5	5	4,5	
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da linha temática e do conceito propostos;	2,5	3	2	
As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação do Crea-DF com seus públicos;	1	1	0,5	
A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação do Crea-DF, considerada a verba referencial;	5	5	5	
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	2,5	3	2	
A capacidade de articular os conhecimentos sobre o Crea-DF, o mercado no qual se insere, seus desafios de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing.	0,5	1	1	
TOTAL	16,5	18	15	16,5

Subquesto III - Ideia Criativa

Atributo	Fernanda	Jailson	Patrícia	Média
	Análise	Análise	Análise	
O alinhamento da Campanha com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;	2	2,9	2	
A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	1,5	1,5	2	
A originalidade da solução criativa interpretações favoráveis que comporta;	2	2	2	
A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	2	2,9	2	
A pertinência da solução criativa à natureza do Crea-DF, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2	2,5	2	
A exequibilidade das peças e de todos elementos propostos, com base na verba referencial para investimento;	2	2,5	2	
A compatibilidade das peças publicitárias com meios e veículos de divulgação a que se destinam.	2	3	2	
TOTAL	13,5	17,3	14	14,9

Subquesto IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia

Atributo	Fernanda	Jailson	Patrícia	Média
	Análise	Análise	Análise	
A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha;	3	2,8	3	
A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	2,5	3	2	
A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, em conformidade à verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação no Briefing;	1	1	1	
O grau de eficiência e a economicidade da utilização da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;	1	1	1	
A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Crea-DF e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia.	2	1	1	
TOTAL	9,5	8,8	8	8,8

ANÁLISE SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Análise	Análise	Análise	Média
51	53,7	53	52,6

ENVELOPE 1 - Se tem Crea é de Confiança
Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Subquesito I - Raciocínio Básico

Atributo	Fernanda	Jailson	Patrícia	Média
	Análise	Análise	Análise	
Acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Crea-DF nos contextos de sua atuação;	1	1	1	5
A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativo às necessidades de comunicação publicitária identificada;	1	1	1	
A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser enfrentado pelo Crea-DF;	2	2	2	
No entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	1	1	1	
TOTAL	5	5	5	

Subquesito II - Estratégia de Comunicação Publicitária

Atributo	Análise	Análise	Análise	Média
A adequação da linha temática e do conceito propostos à natureza e às atividades do Crea-DF, bem como ao desafio e objetivos de comunicação;	5	6	5	19
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da linha temática e do conceito propostos;	3	3	3	
As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação do Crea-DF com seus públicos;	1	1	1	
A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação do Crea-DF, considerada a verba referencial;	6	6	5	
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	3	3	3	
A capacidade de articular os conhecimentos sobre o Crea-DF, o mercado no qual se insere, seus desafios de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing.	1	1	1	
TOTAL	19	20	18	

Subquesito III – Ideia Criativa

Atributo	Análise	Análise	Análise	Média
O alinhamento da Campanha com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;	2	3	3	18,8
A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	1,5	1,8	2	
A originalidade da solução criativa interpretações favoráveis que comporta;	3	2,5	3	
A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	3	2,8	3	
A pertinência da solução criativa à natureza do Crea-DF, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	2,5	2,8	3	
A exequibilidade das peças e de todos elementos propostos, com base na verba referencial para investimento;	2,5	2,9	3	
A compatibilidade das peças publicitárias com meios e veículos de divulgação a que se destinam.	3	3	3	
TOTAL	17,5	18,8	20	

Subquesito IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia

Atributo	Análise	Análise	Análise	Média
A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha;	3	2,9	3	9,8
A consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	3	3	3	
A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, em conformidade à verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação no Briefing;	1	1	1	
O grau de eficiência e a economicidade da utilização da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;	1	1	1	
A adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Crea-DF e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia.	1,5	2	2	
TOTAL	9,5	9,9	10	



CPS

[Handwritten signature]