

## **EDITAL BDMG – 36/2021**

### **ATA DE JULGAMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA – PLANOS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VERSÕES NÃO IDENTIFICADAS**

1. No período de 18 de fevereiro de 2022 a 12 de março de 2022, na sala Henriqueta Lisboa, situada no 2º andar do Edifício sede do BDMG, na Rua da Bahia, 1.600, Lourdes, Belo Horizonte/MG, reuniram-se os membros da subcomissão técnica, abaixo assinados, para análise individualizada e julgamento dos planos de comunicação publicitária, vias não identificadas, das 06 (seis) licitantes proponentes na concorrência 36/2021 BDMG.
2. Antes da análise e julgamento propriamente ditos, foram adotados os seguintes procedimentos pela subcomissão: discussão sobre a dinâmica de trabalho, definição do cronograma de atividades, distribuição dos modelos de tabelas para avaliação, distribuição da ata da comissão especial de licitação relativa ao recebimento das propostas técnicas e de preços, compartilhamento do briefing e resumo analítico do edital de licitação com foco nos quesitos pertinentes à apresentação, análise e julgamento das propostas técnicas. Por fim, foram avaliados os pedidos de esclarecimentos das licitantes e das respectivas respostas. Cada envelope contendo um plano de comunicação publicitária, foi identificado com uma letra de A a F, correspondentes às seis licitantes proponentes participantes.
3. Como metodologia de trabalho, a subcomissão procedeu à distribuição dos planos de comunicação publicitária em formato de rodízio, de modo que cada membro efetuou a leitura individual de cada plano apresentado, contemplando o raciocínio básico, a estratégia de comunicação publicitária, a ideia criativa e a estratégia de mídia e não mídia. As pontuações foram atribuídas individualmente, nos modelos de planilhas disponibilizados e justificadas de acordo com critérios individuais de avaliação. Nesta primeira fase não houve o compartilhamento de notas e comentários entre os membros.
4. Todas as propostas analisadas foram apresentadas em conformidade com os critérios do edital no que diz respeito à forma e conteúdo.
5. A avaliação do quesito Raciocínio Básico, da proposta intitulada “A”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: não há visão estratégica de futuro, a proposta de comunicação desenvolvida segue uma linha muito tradicional, sem avançar de forma compreensiva nos problemas e não aborda todos os públicos de interesse definidos, em especial os colaboradores do BDMG na estratégia.
6. A avaliação do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária, da proposta intitulada “A”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: argumentação básica, sem criatividade e sustentabilidade. Não foi realizada a segmentação apropriada e a abordagem de todos os stakeholders conforme orientações do briefing.
7. A avaliação do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, da proposta intitulada “A”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: não explorou os diversos públicos e direcionamento de mídia.

8. A avaliação do quesito Raciocínio Básico, da proposta intitulada “B”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: o raciocínio básico trouxe o contexto do Banco, seus desafios e fez o link com as expectativas sociais e desafios globais. Trouxe também os desafios da comunicação e como tangibilizar o que a sociedade entende, mas não apresentou um posicionamento adequado para cumprimento do desafio mercadológico.
9. A avaliação do quesito Raciocínio Básico, da proposta intitulada “C”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: a licitante apresentou um bom conhecimento da atuação histórica do Banco e seu contexto atual, no entanto foi insuficiente na abordagem das necessidades de comunicação, apresentando uma redação muito vaga sobre os problemas e objetivos do plano de comunicação, e por fim, não apresentou um posicionamento específico, conforme demandado pelo briefing.
10. A avaliação do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária, da proposta intitulada “C”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: a licitante apresentou um foco excessivo nos produtos do Banco, na oferta mercadológica. Além disso, citou os públicos de interesse, mas não apresentou em sua redação o detalhamento necessário. O plano apresentado se mostrou muito conceitual, acadêmico.
11. A avaliação do quesito Ideia Criativa, da proposta intitulada “C”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: a proposta apresentou um nível de coerência razoável com os demais quesitos apresentados, abordando os aspectos institucionais e mercadológicos. No entanto a qualidade criativa das peças foi insuficiente pelo uso de uma paleta de cores muito forte, cores muito vivas e fora do padrão da marca BDMG. Além disso, a viabilidade e efetividade de execução dos projetos especiais em abrigos de ônibus é questionável, dada a vulnerabilidade dos meios.
12. A avaliação do quesito Raciocínio Básico, da proposta intitulada “D”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: o raciocínio básico foi apresentado de forma insuficiente, raso e desconexo. O conhecimento sobre as características do BDMG e suas necessidades de comunicação trouxe uma carga de opinião do senso comum sobre o Banco. Não houve uma apresentação sobre os problemas e objetivos de comunicação e também não foi apresentado um posicionamento formal.
13. A avaliação do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária, da proposta intitulada “D”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: foi dado um foco excessivo ao aspecto mercadológico, especificamente aos produtos de crédito do Banco. O orçamento foi apresentado de forma satisfatória, de acordo com o briefing, no entanto a descrição dos stakeholders foi realizada de forma simplista e por fim, a argumentação ficou centrada na comemoração dos 60 anos do BDMG, situação que contraria as orientações gerais do briefing.
14. A avaliação do quesito Raciocínio Básico, da proposta intitulada “E”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: o raciocínio básico não trouxe o contexto, desafios e o momento do Banco na atualidade. Ficou genérico, fraco, sem dados e argumentos.
15. A avaliação do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária, da proposta intitulada “E”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi

apresentada a seguinte justificativa: a estratégia de comunicação apresenta uma argumentação muito teórica, acadêmica, com pouca clareza a respeito da exequibilidade da campanha e um baixo detalhamento dos públicos e stakeholders. Faltou um detalhamento maior.

16. A avaliação do quesito Ideia Criativa, da proposta intitulada “E”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: o conceito geral da campanha é genérico, foco no “desenvolvimento sustentável”, mas sem o devido relacionamento com a atuação do Banco, seja na frente comercial, seja na frente institucional. Faltou criatividade, inovação e ousadia para ajustar o conceito de sustentabilidade à atuação do Banco.
17. A avaliação do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, da proposta intitulada “E”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: a proposta de mídia buscou maximizar sua amplitude e cobertura, não sendo efetiva dada a limitação de orçamento. Não foi realizada a segmentação necessária por ações, regiões, públicos, em busca de otimização de resultados.
18. A avaliação do quesito Ideia Criativa, da proposta intitulada “F”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: o conceito geral da campanha é genérico, foco no “desenvolvimento sustentável”, mas sem o devido relacionamento com a atuação do Banco. Faltou criatividade, inovação e ousadia e uma maior adequação ao negócio do Banco.
19. A avaliação do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, da proposta intitulada “F”, apresentou uma diferença entre a maior e menor pontuação atribuída superior a 20% da pontuação máxima do quesito. Após reavaliação e manutenção das notas pelo avaliador, foi apresentada a seguinte justificativa: a estratégia de mídia apresentada manteve seu foco na explicação técnica dos veículos, mídia e suas particularidades, deixando de lado a justificativa da opção feita e seu relacionamento com os objetivos e públicos selecionados. Muito foco nas mídias de massa se mostrou inadequado ao perfil dos clientes do BDMG e dos stakeholders apresentados no briefing.
20. Não foram observadas inconsistências formais capazes de comprometer a lisura e o caráter competitivo do certame;
21. As propostas analisadas e julgadas apresentaram a seguinte pontuação em ordem decrescente de classificação:

Propostas	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Nota Média Final
Nota final Proposta B:	46,0	56,0	56,0	52,6
Nota final Proposta A:	35,0	55,0	45,0	45,0
Nota final Proposta C:	47,0	51,0	31,0	43,0
Nota final Proposta F:	28,0	42,0	39,0	36,3
Nota final Proposta E:	31,0	42,0	34,0	35,6
Nota final Proposta D:	28,0	40,0	27,0	31,6

22. De acordo com o item 7.8 do Edital, a subcomissão técnica procederá à análise individualizada e ao julgamento de cada via não identificada do plano de comunicação publicitária (Invólucro nº 1) e de cada conjunto de informações (invólucro nº 3), respeitando o procedimento e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste edital, desclassificando as propostas que desatenderem as exigências legais ou editalícias.

23. Ainda, segundo o item 7.9.2.1, os motivos da eventual desclassificação de licitante em razão de descumprimento de exigências editalícias deverão ser relatados pela Subcomissão Técnica na respectiva ata de julgamento.

24. Assim sendo, as Propostas “D” e “E” foram desclassificadas, em respeito ao item 7.9.2, item b, que determina que será desclassificada a proposta cuja soma da pontuação dos quesitos que o integram seja inferior a 60% da pontuação máxima possível. A soma final das pontuações das propostas desclassificadas, considerando uma casa decimal, posicionou as respectivas propostas “D” e “E” abaixo do resultado mínimo necessário de 36 pontos, valor equivalente a 60% do total da avaliação que é de 60 pontos.

Belo Horizonte, 24 de março de 2022.

Subcomissão Técnica

*Frederico Teles de Oliveira*

[Frederico Teles de Oliveira \(May 5, 2022 16:40 ADT\)](#)

---

Frederico Teles de Oliveira – Coordenador

*Leonardo Steffano Araujo B. de Castro Alves*

[Leonardo Steffano Araujo B. de Castro Alves \(May 6, 2022 09:27 ADT\)](#)

---

Leonardo Steffano Araujo Brandão de Castro Alves – 1º Titular

*Ana Luiza*

[Ana Luiza de Castro Almeida \(May 5, 2022 18:39 ADT\)](#)

---

Ana Luiza Almeida Castro – 1ª Titular










# ata\_subcomissao\_tecnica\_edital\_publicidade\_analise\_planos\_comunicacao\_nao\_identificados\_consolidada\_maio\_2022


Final Audit Report

2022-05-06

Created:	2022-05-05
By:	Frederico Oliveira (mrfredteles@gmail.com)
Status:	Signed
Transaction ID:	CBJCHBCAABAAVdfg5vzR9_eZnT03s6cO4YVFGMZuyiER

## "ata\_subcomissao\_tecnica\_edital\_publicidade\_analise\_planos\_comunicacao\_nao\_identificados\_consolidada\_maio\_2022" History

-  Document created by Frederico Oliveira (mrfredteles@gmail.com)  
2022-05-05 - 7:38:56 PM GMT- IP address: 200.169.7.194
-  Document emailed to Frederico Teles de Oliveira (fredericot@bdmg.mg.gov.br) for signature  
2022-05-05 - 7:39:37 PM GMT
-  Email viewed by Frederico Teles de Oliveira (fredericot@bdmg.mg.gov.br)  
2022-05-05 - 7:40:00 PM GMT- IP address: 200.169.7.194
-  Document e-signed by Frederico Teles de Oliveira (fredericot@bdmg.mg.gov.br)  
Signature Date: 2022-05-05 - 7:40:41 PM GMT - Time Source: server- IP address: 200.169.7.194
-  Document emailed to Ana Luísa de Castro Almeida (aalmeida@allmais.com.br) for signature  
2022-05-05 - 7:40:43 PM GMT
-  Email viewed by Ana Luísa de Castro Almeida (aalmeida@allmais.com.br)  
2022-05-05 - 7:40:45 PM GMT- IP address: 66.249.87.185
-  Document e-signed by Ana Luísa de Castro Almeida (aalmeida@allmais.com.br)  
Signature Date: 2022-05-05 - 9:39:50 PM GMT - Time Source: server- IP address: 187.68.11.60
-  Document emailed to Leonardo Steffano Araujo B. de Castro Alves (leonardos@bdmg.mg.gov.br) for signature  
2022-05-05 - 9:39:51 PM GMT
-  Email viewed by Leonardo Steffano Araujo B. de Castro Alves (leonardos@bdmg.mg.gov.br)  
2022-05-06 - 12:25:36 PM GMT- IP address: 200.169.7.194

 Document e-signed by Leonardo Steffano Araujo B. de Castro Alves (leonardos@bdmg.mg.gov.br)

Signature Date: 2022-05-06 - 12:27:40 PM GMT - Time Source: server- IP address: 200.169.7.194

 Agreement completed.

2022-05-06 - 12:27:40 PM GMT