

EDITAL BDMG 26/2021

ATA DE JULGAMENTO DOS RECURSOS

Em função do recurso interposto pela licitante C (TOM COMUNICAÇÃO) e das contrarrazões interpostas pelas licitantes B (POPCORN) e A (BRASIL 84), a Subcomissão Técnica deliberou conforme se segue. Ressalta-se que, para fins de organização da narrativa, usou-se como base a arquitetura de argumentações dispostas no recurso da licitante C, abarcando também, quando necessário, elementos das referidas contrarrazões. Assim, a análise dos pedidos da licitante C também contempla, por extensão, os pedidos das licitantes A e B.

ITEM 2

Item II. 1.1 “foi insuficiente na abordagem das necessidades de comunicação, apresentando uma redação muito vaga sobre os problemas e objetivos do plano de comunicação”.

A Subcomissão Técnica considerou que, como devidamente expresso, em nenhum momento o avaliador 3 afirmou a inexistência da abordagem das necessidades de comunicação. Outrossim, referiu-se àquilo que em seu julgamento considerou “insuficiente” e não detalhado da forma ou intensidade que julgou adequados (“redação muito vaga”) aos critérios/quesitos utilizados para a avaliação, expressos nas planilhas e modelos utilizados. Quanto ao argumento de que o avaliador desconheceu a natureza do quesito em análise, este não se sustenta na medida em que a justificativa se apresenta aderente à redação dos subquesitos. Ressalta-se também que a licitante citou em seu recurso “o detalhamento dos públicos-alvo”, sendo que este item não está presente nem na justificativa do avaliador nem em sua justificativa para os subquesitos.

Item II. 1.2 “não apresentou um posicionamento específico, conforme demandado pelo briefing”.

A Subcomissão Técnica não considerou procedente o argumento utilizado pela licitante C, uma vez que o subquesito “d)”, do quesito Raciocínio Básico, presente na planilha de avaliação, remete à presença do posicionamento publicitário (ou seja, da campanha, e não o posicionamento institucional) como um critério de avaliação. Apesar da suficiente descrição dos públicos de interesse do BDMG, não houve o detalhamento adequado do posicionamento publicitário, bem como os objetivos específicos da comunicação para o atendimento das demandas de cada segmento.

Item II. 1.3 “apresentou um foco excessivo nos produtos do Banco”

A Subcomissão Técnica não considerou que a justificativa apresentada pelo avaliador 3 prescindia dos termos do edital e de suas premissas. A crítica do avaliador se deu tão somente por aquilo que ele, em sua ótica, considerou “excessivo”. O Briefing determina expressamente, sendo inclusive citado pela licitante, que o caminho a ser seguido pela comunicação tem como premissa o equilíbrio entre o vetor “institucional” (impacto para a sociedade e propósito) e “mercadológico” (oferta de crédito para clientes, em especial, mas não exclusivamente MPE).

Item II. 1.4 “citou os públicos de interesse, mas não apresentou em sua redação o detalhamento necessário.”

A Subcomissão Técnica não considerou que a justificativa apresentada pelo avaliador prescindia dos termos do edital e de suas premissas. A crítica do avaliador 3 se deu pelo fato de a licitante ter apresentado uma descrição dos públicos de interesse do BDMG, informação que é expressa e de fácil visualização no briefing, sem, no entanto, detalhar

as necessidades específicas de cada um destes públicos, bem como os desafios e objetivos de comunicação necessários para o seu relacionamento com o BDMG.

Item II. 1.5 “Mostrou um plano muito conceitual, acadêmico”

A Subcomissão Técnica não considera que esta observação do avaliador 3 agrida o *status* da Publicidade como uma ciência social aplicada. Ao utilizar os referidos adjetivos, o avaliador considerou que a redação da proposta não conseguiu transmitir, ao seu julgamento, a tangibilidade e efetividade que julgava pertinentes. A redação completa da justificativa – e não apenas a expressão pinçada e deslocada de seu contexto – subsidia claramente esta ideia.

Item II. 2.1 “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”.

A Subcomissão Técnica validou a observação do avaliador 3, visto que, de fato, a paleta de cores utilizada pela licitante C não obedece integralmente ao Manual de Identidade Corporativa do banco, conforme a premissa 2. O Edital não determina o uso de uma paleta de cores dos ODS – por mais que utilizada pela licitante em trabalhos anteriores para o BDMG – para este processo de concorrência. Para fins de avaliação, o Edital explicita que as propostas devam seguir o Manual de Identidade Corporativa, uniformizando o critério para todas as concorrentes.

Item II. 2.2 “a viabilidade e efetividade de execução dos projetos especiais em abrigos de ônibus é questionável, dada a vulnerabilidade dos meios”

A Subcomissão Técnica considerou a argumentação da licitante justa. Em função disso, o avaliador 3 reajustou sua nota no subquesto E, integrante do quesito Ideia Criativa.

ITEM 3

Acerca da argumentação da licitante C atinente às premissas 1 e 2 do edital, a Subcomissão Técnica avaliou que a ausência do posicionamento institucional “*BDMG. Novas ideias para o desenvolvimento*” nas peças da proposta B deve ser considerada. A licitante B não citou nas peças o posicionamento institucional e não cumpriu aquilo que prometeu no texto, ou seja, de que “*Novas ideias para o desenvolvimento, continua sendo a tagline da marca, mas, nessa campanha ganha o reforço de uma frase*”. Na verdade, pareceu bem caracterizado o fato de que o posicionamento institucional/slogan foi alterado, em desconformidade com o Manual de Identidade Corporativa do banco e, por extensão, com o edital. A Subcomissão Técnica concorda com a avaliação da licitante B de que “erros formais e informações que não atendem 100% das exigências previstas no Edital não configuram fator suficiente para desclassificação da licitante”. Porém, considera justa a penalização de nota, por cada avaliador, no quesito Ideia Criativa, subquesto C.

Acerca da argumentação da licitante C atinente à premissa 3, a Subcomissão Técnica não viu caracterizado que as propostas das licitantes B e A estivessem ancoradas, ou seja, baseadas, fundamentadas, fundadas ou sustentadas na efeméride dos 60 anos. O elemento é presente nas peças, mas não a ponto de ser o elemento condutor e protagonista das narrativas.

Por fim, acerca da argumentação da licitante C atinente à premissa 4, a Subcomissão Técnica não considerou que a presença de um novo selo comemorativo dos 60 anos, pela proposta da licitante A, fosse razão suficiente para caracterizar uma desatenção à

redação da referida premissa. O Edital não impõe nenhuma limitação ao redesenho do selo e, além do mais, tal redesenho não implica na não observância do uso de outras fontes de consulta de informações, preconizadas pela premissa 4.

ITEM 4

A licitante C questiona a existência de “discrepâncias” entre as notas dos avaliadores no que concerne à proposta da licitante C. Na visão da Subcomissão Técnica, o que a licitante chama de “discrepâncias” é reflexo, na verdade, da pluralidade de opiniões e visões dos membros avaliadores, o que, em última análise, é um sinal de sua independência e autonomia. A riqueza do processo avaliativo reside justamente na multiplicidade de olhares a partir da experiência de cada membro.

É importante destacar que as avaliações não se dão de forma absoluta, mas relativa. Isto é, o valor das notas de uma referida licitante é posto em perspectiva em relação às demais propostas concorrentes, a fim de se ter uma calibragem capaz de expressar as diferentes percepções do avaliador. Logo, levando-se em consideração as outras propostas, o avaliador julgou que a proposta da licitante C estaria, em determinados subquesitos, em um patamar de qualidade inferior às demais, o que justifica sua nota de forma legítima.

Vale ressaltar também que o avaliador 3 sequer valorou a proposta da licitante C com a menor nota de seu julgamento e que outras duas propostas receberam notas deste avaliador que diferiram apenas de 3 e 4 pontos da proposta da licitante C.

A licitante C também questiona a pontuação recebida pelo avaliador 2 sem apresentar, contudo, argumentos consistentes para consubstanciar tal fato. Relata apenas que a nota do avaliador 2 difere em 5 pontos da proposta da licitante B, a qual ele concedeu a maior nota. Vale ressaltar que a nota conferida por este avaliador à proposta da licitante C foi 11 pontos superior à da proposta menos valorada por ele.

ANÁLISE DOS PEDIDOS DA LICITANTE C

Em linha com todos os argumentos supracitados, a Subcomissão Técnica assim decide sobre os pedidos da licitante C:

SOBRE O 1º PEDIDO

Reajustar a nota da licitante C nos seguintes moldes:

AVALIADOR	QUESITO	SUBQUESITO	NOVA NOTA
3	Ideia Criativa	e)	2

SOBRE O 2º PEDIDO

Negar a desclassificação da licitante B, diminuindo sua nota nos seguintes moldes:

AVALIADOR	QUESITO	SUBQUESITO	NOVA NOTA
1	Ideia Criativa	c)	1
2	Ideia Criativa	c)	2
3	Ideia Criativa	c)	1

SOBRE O 3º PEDIDO

Manter as notas da licitante A.

Com isso, a Subcomissão Técnica apresenta o novo quadro de pontuação:

Proposta	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Nota média final
A	35,0	55,0	45,0	45,0
B	45,0	55,0	55,0	51,6
C	47,0	51,0	32,0	43,3
D	28,0	40,0	27,0	31,6
E	31,0	42,0	34,0	35,6
F	28,0	42,0	39,0	36,3

Belo Horizonte, 30 de maio de 2022.

Subcomissão Técnica

Frederico Teles de Oliveira

[Frederico Teles de Oliveira \(May 30, 2022 15:48 ADT\)](#)

Frederico Teles de Oliveira – Coordenador

Leonardo Steffano A B Castro Alves

[Leonardo Steffano A B Castro Alves \(May 30, 2022 16:33 ADT\)](#)

Leonardo Steffano Araujo Brandão de Castro Alves – 1º Titular

ANA LUISA DE CASTRO ALMEIDA

[ANA LUISA DE CASTRO ALMEIDA \(May 30, 2022 16:48 ADT\)](#)

Ana Luísa de Castro Almeida – 1ª Titular

ata_final_avaliacao_recurso_edital_publicidade_bdmg_36_2021

Final Audit Report

2022-05-30

Created:	2022-05-30
By:	Frederico Oliveira (mrfredteles@gmail.com)
Status:	Signed
Transaction ID:	CBJCHBCAABAAMVZ0F9K5ZR33YOLzfql34ZHVeJ2zP0Hz

"ata_final_avaliacao_recurso_edital_publicidade_bdmg_36_2021" History

-  Document created by Frederico Oliveira (mrfredteles@gmail.com)
2022-05-30 - 6:43:53 PM GMT- IP address: 186.206.254.114
-  Document emailed to Frederico Teles de Oliveira (fredericot@bdmg.mg.gov.br) for signature
2022-05-30 - 6:47:13 PM GMT
-  Email viewed by Frederico Teles de Oliveira (fredericot@bdmg.mg.gov.br)
2022-05-30 - 6:47:35 PM GMT- IP address: 104.47.58.126
-  Document e-signed by Frederico Teles de Oliveira (fredericot@bdmg.mg.gov.br)
Signature Date: 2022-05-30 - 6:48:18 PM GMT - Time Source: server- IP address: 186.206.254.114
-  Document emailed to Leonardo Steffano A B Castro Alves (leonardos@bdmg.mg.gov.br) for signature
2022-05-30 - 6:48:20 PM GMT
-  Email viewed by Leonardo Steffano A B Castro Alves (leonardos@bdmg.mg.gov.br)
2022-05-30 - 7:15:45 PM GMT- IP address: 200.169.7.194
-  Document e-signed by Leonardo Steffano A B Castro Alves (leonardos@bdmg.mg.gov.br)
Signature Date: 2022-05-30 - 7:33:07 PM GMT - Time Source: server- IP address: 200.169.7.194
-  Document emailed to ANA LUISA DE CASTRO ALMEIDA (aalmeida@allmais.com.br) for signature
2022-05-30 - 7:33:09 PM GMT
-  Email viewed by ANA LUISA DE CASTRO ALMEIDA (aalmeida@allmais.com.br)
2022-05-30 - 7:36:38 PM GMT- IP address: 66.249.88.8
-  Document e-signed by ANA LUISA DE CASTRO ALMEIDA (aalmeida@allmais.com.br)
Signature Date: 2022-05-30 - 7:48:12 PM GMT - Time Source: server- IP address: 201.80.176.117

✔ Agreement completed.

2022-05-30 - 7:48:12 PM GMT

Quesito Raciocínio Básico

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	5	5
B	2	5	3
C	2	5	3
D	2	5	3
Soma:	8	20	14
Amplitude:	150,00%		12
Média	14		

Quesito Comunicação Publicitária

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	4	4
B	3	4	4
C	2	4	4
D	3	3	2
Soma:	10	15	14
Amplitude:	50,00%		5
Média	13		

Nota final Proposta A:
Nota média proposta A:

Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
35	55	45
45,0		

Quesito Ideia Criativa

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	3	1
B	2	2	2
C	2	1	3
D	2	2	1
E	3	2	1
Soma:	11	10	8
Amplitude:	37,50%		3
Média	10		

Quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	2	2
B	1	2	2
C	1	2	2
D	1	2	1
E	2	2	2
Soma:	6	10	9
Amplitude:	66,67%		4
Média	8		

Quesito Raciocínio Básico

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	3	5	5
B	3	3	5
C	4	4	4
D	3	4	4
Soma:	13	16	18
Amplitude:	38,46%		5
Média	16		

Quesito Comunicação Publicitária

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	3	4	4
B	4	4	4
C	3	4	4
D	3	3	3
Soma:	13	15	15
Amplitude:	15,38%		2
Média	14		

Nota final Proposta B:
Nota média proposta B:

Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
45	55	55
51,6		

Quesito Ideia Criativa

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	3	3	3
B	2	3	3
C	1	2	1
D	2	3	3
E	3	3	2
Soma:	11	14	12
Amplitude:	16,67%		3
Média	12		

Quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	2	2
B	1	2	2
C	2	2	2
D	2	2	2
E	2	2	2
Soma:	8	10	10
Amplitude:	25,00%		2
Média	9		

Quesito Raciocínio Básico

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	4	5	4
B	3	5	1
C	4	3	1
D	3	3	1
Soma:	14	16	7
Amplitude:	128,57%		9
Média	12		

Quesito Comunicação Publicitária

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	3	2	1
B	4	4	4
C	4	4	2
D	3	2	1
Soma:	14	12	8
Amplitude:	75,00%		6
Média	11		

Nota final Proposta C:
Nota média proposta C:

Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
47	51	32
43,3		

Quesito Ideia Criativa

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	3	2
B	3	3	2
C	2	3	2
D	2	3	1
E	3	3	2
Soma:	12	15	9
Amplitude:	66,67%		6
Média	12		

Quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	2	1
B	1	1	2
C	2	2	2
D	1	1	1
E	2	2	2
Soma:	7	8	8
Amplitude:	14,29%		1
Média	8		

Quesito Raciocínio Básico

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	5	1
B	1	3	1
C	1	5	1
D	2	3	1
Soma:	5	16	4
Amplitude:	300,00%		12
Média	8		

Quesito Comunicação Publicitária

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	3	1
B	3	3	4
C	2	3	2
D	2	3	1
Soma:	9	12	8
Amplitude:	50,00%		4
Média	10		

Nota final Proposta D:
Nota média proposta D:

Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
28	40	27
31,6		

Quesito Ideia Criativa

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	3	2
B	1	1	1
C	1	1	1
D	1	1	2
E	3	1	2
Soma:	8	7	8
Amplitude:	14,29%		1
Média	8		

Quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	1	1
B	1	1	2
C	1	1	1
D	1	1	1
E	2	1	2
Soma:	6	5	7
Amplitude:	40,00%		2
Média	6		

Quesito Raciocínio Básico

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	3	2
B	1	4	2
C	2	5	3
D	2	3	1
Soma:	7	15	8
Amplitude:	114,29%		8
Média	10		

Quesito Comunicação Publicitária

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	1	1
B	4	2	4
C	2	2	1
D	2	1	1
Soma:	10	6	7
Amplitude:	66,67%		4
Média	8		

Nota final Proposta E:
Nota média proposta E:

Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
31	42	34
35,6		

Quesito Ideia Criativa

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	2	3	2
B	2	3	2
C	1	2	2
D	1	2	2
E	2	3	2
Soma:	8	13	10
Amplitude:	62,50%		5
Média	10		

Quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	1	2
B	1	2	2
C	1	2	2
D	1	1	1
E	2	2	2
Soma:	6	8	9
Amplitude:	33,33%		3
Média	8		

Quesito Raciocínio Básico

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	3	2	5
B	2	3	2
C	2	2	1
D	1	1	1
Soma:	8	8	9
Amplitude:	12,50%		1
Média	8		

Quesito Comunicação Publicitária

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	1	2
B	4	4	4
C	1	4	3
D	2	2	2
Soma:	8	11	11
Amplitude:	37,50%		3
Média	10		

Nota final Proposta F:
Nota média proposta F:

Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
28	42	39
36,3		

Quesito Ideia Criativa

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	3	2
B	2	1	2
C	1	3	2
D	1	3	2
E	2	3	2
Soma:	7	13	10
Amplitude:	85,71%		6
Média	10		

Quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Item	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
A	1	2	2
B	1	2	2
C	1	2	2
D	1	2	1
E	1	2	2
Soma:	5	10	9
Amplitude:	100,00%		5
Média	8		

Visão Geral - Avaliação

Propostas	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Nota Média Final
Nota final Proposta A:	35,0	55,0	45,0	45,0
Nota final Proposta B:	45,0	55,0	55,0	51,6
Nota final Proposta C:	47,0	51,0	32,0	43,3
Nota final Proposta D:	28,0	40,0	27,0	31,6
Nota final Proposta E:	31,0	42,0	34,0	35,6
Nota final Proposta F:	28,0	42,0	39,0	36,3