



ELETRÔNICO

Município de Presidente Olegário - MG

Ano IV/ Edição Nº 670 segunda-feira, 10 de janeiro de 2022 / Lei Complementar Nº 082 de 14/11/2018

ATOS DO PODER EXECUTIVO – ATA

Processo de Licitação nº.: 120/2021

Modalidade: Tomada de Preços nº.: 004/2021

Objeto da licitação: **Contratação de empresa destinada a prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.****ATA DE SESSÃO PÚBLICA**

Aos dez dias do mês de janeiro de dois mil e vinte e dois às nove horas e dez minutos, na sala de reuniões da PREFEITURA MUNICIPAL, reuniu-se a Comissão de Licitação devidamente nomeada pelo Sr. Prefeito Municipal, na forma da Portaria 004/2022 para deliberar quanto a licitação através da modalidade Tomada de Preços de objeto e números processuais já identificados no cabeçalho deste documento. Como não houve nenhum representante presente na sessão passou-se a abertura do envelope nº 002 sendo o conteúdo deste analisado e rubricado pela Comissão após isso, procedeu-se a conferência das vias não identificadas (envelope 1) com as vias identificadas (envelope 2) do Plano de Comunicação Publicitária para identificação de sua autoria, D&A AGENCIA LTDA, inscrita no CNPJ nº.: 17.855.528/0001-45. Como determinado no edital de Licitação, gerou-se a seguinte planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica, conforme segue:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (Envelope 1)

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até quatro laudas em que o licitante explicate seu conhecimento geral sobre Presidente Olegário e entendimento.	a) Das características e peculiaridades de Presidente Olegário (PO) que sejam significativas para a comunicação publicitária;	(de 0 a 6 pontos)
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações de PO com seus públicos	(de 0 a 6 pontos)
	c) Do papel de PO no atual contexto social, político econômico.	(de 0 a 3 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)		MÉDIA: 11,16
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até quatro laudas em que o licitante exponha o conceito que de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação de PO	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas de PO conforme Briefing.	(de 0 a 7 pontos)
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa	(de 0 a 2 pontos)
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município com seus públicos.	(de 0 a 2 pontos)
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação de PO	(de 0 a 6 pontos)
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	(de 0 a 3 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		MÉDIA: 15,16
3) IDEIA CRIATIVA Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação apresentado no Briefing.	(de 0 a 3 pontos)
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do Briefing.	(de 0 a 2 pontos)
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	(de 0 a 2 pontos)
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	(de 0 a 3 pontos)
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	(de 0 a 2 pontos)
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida por PO conforme o Briefing e sua inserção na sociedade.	(de 0 a 2 pontos)
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	(de 0 a 2 pontos)
	h) A exequibilidade das peças.	(de 0 a 2 pontos)
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	(de 0 a 2 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		MÉDIA: 16,33
4 - ESTRATÉGIAS DE MÍDIA Texto de até quatro laudas em que o licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no Briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	(de 0 a 2 pontos)
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	(de 0 a 2 pontos)
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	(de 0 a 1 ponto)
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios de PO.	(de 0 a 1 ponto)
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	(de 0 a 1 ponto)
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	(de 0 a 1 ponto)
SUBTOTAL (MÁXIMO 8 PONTOS)		MÉDIA: 5,33
Avaliação da qualificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	(de 0 a 1 pontos)
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato.	(de 0 a 1 ponto)
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição de PO, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	(de 0 a 1 ponto)
	a) A sistemática de atendimento, operacionalidade do relacionamento entre PO e a Licitante, os prazos e a segurança técnica e operacional, especificados na proposta.	(de 0 a 4 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 7 PONTOS)		MÉDIA: 5,33



ELETRÔNICO

Município de Presidente Olegário - MG

Ano IV/ Edição Nº 670 segunda-feira, 10 de janeiro de 2022 / Lei Complementar Nº 082 de 14/11/2018

Repertório de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a solucionar	a) Ideia criativa e sua pertinência.	(de 0 a 1 ponto)
	b) Clareza da exposição do problema publicitário.	(de 0 a 1 ponto)
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	(de 0 a 1 ponto)
	d) Relevância dos resultados apresentados.	(de 0 a 1 ponto)
	e) Qualidade da execução do acabamento.	(de 0 a 1 ponto)
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		MÉDIA: 3,66
Case histories formalmente referendado pelos respectivos	a) Concatenação lógica da exposição.	(de 0 a 1 ponto)
	b) Evidência de planejamento publicitário.	(de 0 a 1 ponto)
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	(de 0 a 1 ponto)
anunciante	d) Relevância dos resultados apresentados. Case histories formalmente referendado pelos respectivos anunciantes.	(de 0 a 2 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		MÉDIA: 4,33
TOTAL (MÁXIMO DE 80 PONTOS)		TOTAL: 61,33

PROPOSTA TÉCNICA (Envelope 3)

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até quatro laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre Presidente Olegário e entendimento.	a) Das características e peculiaridades de Presidente Olegário (PO) que sejam significativas para a comunicação publicitária;	(de 0 a 6 pontos)
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações de PO com seus públicos	(de 0 a 6 pontos)
	c) Do papel de PO no atual contexto social, político econômico.	(de 0 a 3 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)		MÉDIA: 11,16
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até quatro laudas em que o licitante exponha o conceito que de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação de PO	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas de PO conforme Briefing.	(de 0 a 7 pontos)
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa	(de 0 a 2 pontos)
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município com seus públicos.	(de 0 a 2 pontos)
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação de PO	(de 0 a 6 pontos)
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	(de 0 a 3 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		MÉDIA: 15,33
3) IDEIA CRIATIVA Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação apresentado no Briefing.	(de 0 a 3 pontos)
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do Briefing.	(de 0 a 2 pontos)
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	(de 0 a 2 pontos)
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	(de 0 a 3 pontos)
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	(de 0 a 2 pontos)
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida por PO conforme o Briefing e sua inserção na sociedade.	(de 0 a 2 pontos)
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	(de 0 a 2 pontos)
	h) A exequibilidade das peças.	(de 0 a 2 pontos)
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	(de 0 a 2 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		MÉDIA: 16,66
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até quatro laudas em que o licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no Briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	(de 0 a 2 pontos)
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	(de 0 a 2 pontos)
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	(de 0 a 1 pontos)
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios de PO.	(de 0 a 1 ponto)
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	(de 0 a 1 ponto)
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	(de 0 a 1 ponto)
SUBTOTAL (MÁXIMO 8 PONTOS)		MÉDIA: 5,66
Avaliação da qualificação	a) Adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	(de 0 a 1 pontos)



ELETRÔNICO

Município de Presidente Olegário - MG

Ano IV/ Edição Nº 670 segunda-feira, 10 de janeiro de 2022 / Lei Complementar Nº 082 de 14/11/2018

quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato. c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição de PO, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. a) A sistemática de atendimento, operacionalidade do relacionamento entre PO e a Licitante, os prazos e a segurança técnica e operacional, especificados na proposta.	(de 0 a 1 ponto) (de 0 a 1 ponto) (de 0 a 4 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 7 PONTOS)		MÉDIA: 5,5
Repertório de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a solucionar	a) Ideia criativa e sua pertinência. b) Clareza da exposição do problema publicitário. c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. d) Relevância dos resultados apresentados. e) Qualidade da execução do acabamento.	(de 0 a 1 ponto) (de 0 a 1 ponto) (de 0 a 1 ponto) (de 0 a 1 ponto)
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		MÉDIA: 4,16
Case histories formalmente referendado pelos respectivos	a) Concatenação lógica da exposição. b) Evidência de planejamento publicitário. c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	(de 0 a 1 ponto) (de 0 a 1 ponto) (de 0 a 1 ponto)
anunciante	d) Relevância dos resultados apresentados. Case histories formalmente referendado pelos respectivos anunciantes.	(de 0 a 2 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		MÉDIA: 3,83
TOTAL (MÁXIMO DE 80 PONTOS)		TOTAL: 62,33

A Comissão de Licitações de posse dos valores atribuídos pela Comissão de Avaliação Técnica reitera que a classificação da proposta detém de critérios anteriormente atribuídos, quais sejam: Atender às exigências do edital e seus anexos; alcançar a nota mínima de 60 (sessenta) pontos; não obtiver nenhuma nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem os itens 9.1.2, 9.1.3, 9.1.4, e 9.1.5. Fica aberto o prazo para recurso quanto aos valores atribuídos na Nota Técnica _____. Os recursos deverão ser formalizados com a qualificação da Licitante Recorrente, razões de fato e de direito que sustentam a tese recursal, pedido de nova decisão, subscrição do representante legal, indicação de local e data, sendo que o encaminhamento poderá ser mediante protocolo, no setor próprio da Prefeitura Municipal de Presidente Olegário, ou através de e-mail licitacao@po.mg.gov.br. A Comissão não se responsabilizará por recursos encaminhados via postal (correios) que se extravie ou que sejam entregues na Prefeitura Municipal de Presidente Olegário depois de transcorrido o prazo legal de 5 (cinco) dias úteis. Nada mais havendo a tratar, a Senhora Presidente encerrou a sessão, e eu Larissa Virginia Moreira Silva na qualidade de Secretária, subscrevo a presente ata, que lida e achada conforme, vai assinada pelos membros da Comissão e Técnico.

Camila Fonseca da Silva
Presidente da CPL

Larissa V. M. Silva
Secretária CPL

Monize Angela de Andrade
Membro Suplente CPL

CONVOCAÇÃO

CONVOCAÇÃO

Ao Senhor

JOSÉ GERALDO CHAVES – Representante LegalEMPRESA: RAZÃO SOCIAL: **EQUIPAR MEDICO E HOSPITALAR LTDA**CNPJ: **25.725.813/0001-70**

Diante da impossibilidade de continuação do contrato com a empresa inicialmente vencedora, faz-se a presente CONVOCAÇÃO de Vossa Senhoria, terceira classificada, para averiguar a possibilidade de entrega do produto especificado abaixo pelo valor adjudicado à empresa vencedora de **R\$ 1,22** (um real e vinte e dois centavos) para o item 119, referente ao Processo 021/2021, modalidade Pregão Eletrônico 012/2021 cujo objeto é o registro de preços visando a aquisição de medicamentos para manutenção das atividades do hospital municipal Darci Jose Fernandes e distribuição gratuita na farmácia de todos e secretaria municipal de saúde.

Caso não seja possível realizar a entrega pelo valor acima mencionado, favor, indicar o valor pelo qual se dispõe a entregar os materiais, para que possamos analisar, tendo em vista que a contratação com o terceiro colocado pressupõe à análise de sua oferta, lembrando que não poderá ultrapassar os valores das propostas registradas de **R\$ 1,59** (um real e cinquenta e nove centavos) para o item 119.

Item 119 – HALOPERIDOL 5MG INJ.1ML**Quantidade estimada: 700 caixas**

Presidente Olegário, 10 de janeiro de 2022

Betânia Cristina de Paulo Viana
Pregoeira

Thamisy Rodrigues e Silva
Equipe de Apoio

Viviane de Paula Vieira
Equipe de Apoio

Expediente

Diário Oficial Eletrônico do Município de Presidente Olegário –MG

Órgão Oficial do Município de Presidente Olegário, MG

Criado pela Lei nº 082 de 14 de novembro de 2018

Praça Doutor Castilho, nº10, Centro

Telefone: (34) 3811-2488

Cópias do Diário Oficial podem ser obtidas no portal do Município

Acesso ao diário oficial: <http://po.mg.gov.br/diario-oficial>