



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

#### ATA DA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA CONCORRÊNCIA 02/2022 – INVÓLUCRO 2

Aos vinte e sete dias do mês de março do ano de dois mil e vinte três, às 10h, na sala do Confea, situada no Setor Comercial Sul – Edifício Central, quadra 01, sala 401, reuniu-se a Subcomissão Técnica da Concorrência Pública número 02/2022 (UASG CONFEA:925175), composta por Adahiuton Milton Belloti, Gláucia Simões da Silva e Marcos Magalhães de Farias, conforme sorteio realizado em Sessão Pública, no dia 31 de outubro de 2022, no plenário do Confea (SEI 0675783), nos termos do artigo 10, LEI Nº12.232/2010 com o fim de concluir a análise e julgamento das propostas técnicas das licitantes estabelecidas no edital, cujo objeto é a “contratação de empresa prestadora de serviços continuados de comunicação corporativa, para: a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - Confea no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional; b) criação e execução técnica de ações e elaborações de materiais de comunicação corporativa e de conteúdos; c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Confea junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias”. Foram entregues pela comissão especial de licitação os invólucros Nº 2 (Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada), que foram pré-identificados pela subcomissão apenas como propostas 1, 2, 3, 4, 5 e 6. Em seguida os membros da subcomissão discutiram acerca da dinâmica dos trabalhos que seriam realizados. Após, fizeram leitura e discussão do briefing e dos dispositivos do edital pertinentes ao Plano de Comunicação Corporativa, bem como da Ata da Segunda Sessão Pública, tomando conhecimento dos pontos que foram observados para ser alvo de análise e pronunciamento desta Subcomissão Técnica. Na sequência, a subcomissão procedeu a avaliação individual das propostas, lançando as notas e justificativas individualmente em planilhas de pontuação. O exame da conformidade dos planos com as disposições do edital foi feito em relação a todas as propostas, antes de começar o julgamento. Ao final, a subcomissão tomou as seguintes decisões: a) A proposta 6 não atendeu ao disposto no edital, as demais propostas atenderam os critérios estabelecidos no edital; b) As propostas foram analisadas e julgadas individualmente por cada membro da subcomissão sendo que a pontuação de cada quesito foi obtida de acordo com os parâmetros estabelecidos no edital e seus anexos. Ao final, foram pontuadas e receberam as seguintes pontuações médias: Proposta 1) nota 52,7, Proposta 2) nota 50,8, Proposta 3) nota 64,3, Proposta 4) nota 52,5, Proposta 5) nota 54,5 e a Proposta 6 que não obteve pontuação por não ter atendido ao disposto no edital e foi considerada desclassificada por esta subcomissão. Não havendo mais nada a registrar, encerrou-se a sessão de julgamento de análise técnica das propostas técnicas e as planilhas de avaliação dos membros da subcomissão anexadas a esta ata foram entregues a Comissão Especial de Licitação.

#### Subcomissão Técnica

Adahiuton Milton Belloti

Gláucia Simões da Silva

Marcos Magalhães de Farias

Análise dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada) - ENVELOPE 01  
 TÍTULO DA PROPOSTA TÉCNICA: "SISTEMA CONFEA/CREA: RIGOR E EXCELÊNCIA NA CONSTRUÇÃO DE UM FUTURO INOVADOR E SEGURO"

2.3.2. Aos questionos ou subquestionos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

I. Plano de Comunicação Corporativa	QUESTIONS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO					
			GLAUCIA	JUSTIFICATIVA	BELOTTI	JUSTIFICATIVA	MARCOS	JUSTIFICATIVA
SUBQUESTIONOS	I. Raciocínio Básico	5%	4,0%	APRESENTOU DE FORMA SATISFATORIA AS CARACTERÍSTICAS E ESPECIFICIDADES DA CONTRATANTE, E O DIAGNÓSTICO RELATIVO A NECESSIDADE DE COMUNICAÇÃO ATENDEU EM PARTE, TEM BA COMPREENSO NO QUESTIONO RELACIONANDO COMPREENSO DOS OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO.	4,0%	APRESENTOU UMA LINHA DE RACIOCÍNIO CONDIZENTE AO EDITAL, E OS PRODUTOS DO CONTEA, DEFINIU COM PRECISÃO E ACERTIDUME OS DIFERENTES PÚBLICOS COM OS QUINS O CONTEA FALA.	4,5%	ATENDEU O EDITAL E O BRIEFING, APRESENTANDO UMA ANÁLISE CONTEA SATISFATORIA.
	II. Estratégia de Comunicação Corporativa	20%	18,0%	A ESTRATÉGIATOI DESENVOLVIDA COM BASE EM 4 EIXOS (POSICIONAL, INFORMAR, VALORIZAR MOBILIZAR, ALÉM DE MENSAGENS CHAVE, D CONCERTO E CLARO E OBJETIVO E RESTRITO.	16,0%	O PLANO DE COMUNICAÇÃO PROPOSTO PELA LICITANTE ESTÁ CENTRADO EM AEROS ESTRATÉGICOS: POSICIONAL, INFORMAR, VALORIZAR E MOBILIZAR, COM MENSAGENS CHAVES ADEQUADAS A IMPORTANCIA DO CONFEA.	19,0%	PLANO BEM ELABORADO, COM DEFINIÇÃO DE EIXOS ESTRATÉGICOS E FOCANDO NA IMPORTANCIA DA ATUAÇÃO DO CONFEA JUNTO A SOCIEDADE.
	III. Solução de Comunicação Corporativa	25%	17,0%	A ESTRATÉGIA FOI SATISFATORIA COM SOLUÇÕES POSSÍVEIS DE EXECUTAR, MAS O TEXTO DIFICULTAVA A INTERPRETAÇÃO FOIS CONTINHA ERROS DE ORTOGRAFIA, OS EXEMPLOS DE AÇÕES ATENDEU EM PARTE O EDITAL.	20,0%	A LICITANTE APRESENTOU PROPOSTA DE SOLUÇÃO CORPORATIVA, CONFORME SOLICITADO NO EDITAL, NÃO APRESENTANDO NENHUM PUNTO NOVO QUE PUDESSE ACRESCENTAR VALOR A PROPOSTA, E A PROPOSTA APRESENTOU ERROS DE PORTUGUES E FALTA DE PADRONIZAÇÃO NOS ENDEREÇOS ELETRÔNICOS.	16,5%	SOLUÇÃO APRESENTADA DENTRO DOS TEMPOS DO EDITAL, APRESENTOU PRODUTOS BEM ELABORADOS, PORÉM, A PROPOSTA CONTÉM ERROS INFANTIS DE ORTOGRAFIA, ALÉM DA FALTA DE PADRONIZAÇÃO NAS PEÇAS.
	IV. Plano de Implementação	15%	13,0%	O CRONOGRAMA É BEM ELABORADO E O ORÇAMENTO FICOU ABAIXO DO ESPERADO PARA ATENDEU AS ETNATÉGIAS E AS SOLUÇÕES.	13,0%	A LICITANTE APRESENTOU PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO CONFORME ESTABELECIDO NO EDITAL, E DENTRO DO ORÇAMENTO PREVISTO.	13,0%	PLANO APRESENTADO COM AS CARACTERÍSTICAS SOLICITADAS E RESPEITANDO OS VALORES ESTIPULADOS NO EDITAL, MANTENDO UM PADRÃO ROTINEIRO DO MERCADO.
TOTAL		52,0%	52,0%	53,0%	53,0%	53,0%		
MÉDIA FINAL		52,7%						

Obs.: Tabelaconstante do Apêndice III - Pág. 47 do edital

*(Handwritten signatures and initials)*

Análise dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada) - ENVELOPE 02  
TÍTULO DA PROPOSTA TÉCNICA: "ONDE TEM BRASIL, TEM CONFEA"

12.2. Aos quesitos ou subquestos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

1. Plano de Comunicação Corporativa	QUESTOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	GLAUCIA	JUSTIFICATIVA	BELOTTI	JUSTIFICATIVA	MARCOS	JUSTIFICATIVA
SUBQUESTOS	I. Roteirio Básico	5%	3,0%	DESENVOLVEU MUITO BEM O DIAGNOSTICO RELATIVO AS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, ENTRETANTO NÃO EVOLUIU NA ANÁLISE DA CONTRATANTE.	3,5%	ALICITANTE IDENTIFICOU A IMPORTANCIA DO SISTEMA SEMI COMO A FÉ PUBLICA DA ART E A MÚLTIPLA, FALOU DA CADENA PRODUTIVA QUE A CONSTRUÇÃO CIVIL MOVIMENTA, PRODUÇÃO DE GAS, PETRÓLEO, ENERGIA, EQUIPAMENTOS E INSUMOS, FALOU QUE O CONFEA É POUCO LEMBRADO EM MATÉRIAS E QUANDO É CITADO É DE FORMA NEGATIVA	3,0%	TEVE A INICATIVA DE FALAR SOBRE A FÉ PÚBLICA DA ART E A IMPORTANCIA DO SISTEMA CONFENCREA PARA A SOCIEDADE. FALOU SOBRE A CADENA PRODUTIVA QUE AS DIVERSAS ENGENHARIAS MOVIMENTAM E SOBRE O FATO DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO NÃO CITAREM O CONFEA EM SUAS MATÉRIAS. DEIXOU A DESEJAR NUMA ANÁLISE MAIS PROFUNDA SOBRE AS ATIVIDADES DO CONFEA E COMO PODERIA MELHORAR A COMUNICAÇÃO.
	II. Estratégia de Comunicação Corporativa	20%	15,0%	ATENDEU DE FORMA SATISFATORIA O ITEM, ENTRETANTO A RELAÇÃO DO OBJETIVO DA META ESTRATÉGICA COM OS RESULTADOS ESPERADOS PODERIA TER SIDO MELHOR TRABALHADO.	18,0%	FEZ UMA ANÁLISE DOS PROBLEMAS BRASILEIROS PARA O SETOR DE PRODUÇÃO, DEFININDO 7 OBJETOS A SEREM ALCANÇADOS PELA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO.	15,0%	APESAR DE TER APRESENTADO UMA ESTRATÉGIA BEM ELABORADA COM O TEMA: "ONDE TEM BRASIL, TEM CONFEA", ENTENDEU QUE ALGUNS DOS PRODUTOS SUGERIDOS SÃO TRABALHOS A SEREM DESENVOLVIDOS POR AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E NÃO POR COMUNICAÇÃO CORPORATIVA.
	III. Solução de Comunicação Corporativa	25%	16,0%	A ESTRATÉGIA DIVIDIDA EM 8 MACROPROCESSOS DE FORMA SATISFATORIA, ENTRETANTO ALGUMAS AÇÕES SÃO PERTINENTES A AGÊNCIAS PUBLICITÁRIAS (CAMPAINHA)	20,0%	A LICITANTE APRESENTOU SOLUÇÕES DENTRO DO PADRÃO ESPERADO: TREINAMENTO PARA PORTA VOZES, CAFÉ COM JORNALISTAS, BLOGS, REVALUTAZÃO DO SITE DO CONFEA, NÃO TRAZENDO NENHUMA NOVIDADE.	18,0%	APESAR DE TER ATENDIDO O BÁSICO DO EDITAL NÃO TEVE A INICATIVA DE ORIENTAR NENHUM PRODUTO DIFERENCIADO, SUGESTÕES DE ATIVIDADES QUE PUDESSEM ENGANDECER A SOLUÇÃO APRESENTADA.
	IV. Plano de Implementação	15%	13,0%	OBSERVOU-SE NO CRONOGRAMA DE AÇÕES COMUNICAÇÃO INTEGRADA - CONFEA - 1/3 NO MACROPROCESSO 2 - GESTÃO DE CRISE O ITEM 2.2 DEVERIA ANTERECEDER O ITEM 2.1, POIS A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO DEVERIA OCORRER DEPOIS DA FORMAÇÃO DO GT.	13,0%	A LICITANTE APRESENTOU UMA PROPOSTA DE 4H A 8H DE TREINAMENTO PARA OS PORTA-VOZES E APRESENTOU UMA BOA ESTRATÉGIA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, COM DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS A SEREM IMPLEMENTADOS, MAPEOU 8 TEMS DE DIRETRIZES DE INTELIGÊNCIA.	13,0%	A LICITANTE APRESENTOU UM CRONOGRAMA DE PRODUÇÃO, IMPLEMENTAÇÃO, MANUTENÇÃO E CONCLUSÃO DAS AÇÕES E DOS MATERIAS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, APESAR DE BEM ELABORADO NÃO APRESENTOU NENHUM PRODUTO DIFERENCIADO.
	TOTAL	48,0%	48,0%		54,5%		50,0%	
		MÉDIA FINAL	50,8%					

Obs.: Tabela constante do Apêndice III - Pág. 47 do edital

ANÁLISE DESUBCOMISSÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA:

FOI OBSERVADO QUE A LICITANTE INFRINGIU O DISPOSTO NO ITEM 1.3.3.3. APÊNDICE III, POIS ULTIMAPASSOU 5 (CINCO) PEÇAS NA APRESENTAÇÃO DOS EXEMPLOS DE AÇÕES E/OU MATERIAS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, PORÉM EM CONSENSO A SUBCOMISSÃO ENTENDEU QUE FORAM ASPECTOS PURAMENTE FORMAIS QUE NÃO COMPROMETEM A USURA E O CARÁTER COMPETITIVO DA CONCORRÊNCIA, CONFORME PREVISTO NO ITEM 2.4.1. APÊNDICE III.

*Confirmação e Assinaturas*

*BeLOTTI*

Análise dos Involvedores nº 2 (Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada) - ENVELOPE 03  
 TÍTULO DA PROPOSTA TÉCNICA: "CONFEA, TODO DIA"

12.3.2. Aos questionos ou subquestionos serão atribuídos, pela subcomissão Técnica, no máximo, as seguintes pontes:

QUESTOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	GRADUAÇÃO	JUSTIFICATIVA	BELEZITA	ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO	JUSTIFICATIVA	IMPACTOS	JUSTIFICATIVA
1. Plano de Comunicação Corporativa								
65%								
I. Hacerfiche Básico	5%	5,00%	ATENDEU AS EXPECTATIVAS, PORISOS QUESTOS FORAM RELACIONADOS DE FORMA POSITIVA COM ATUAÇÃO DA CONTRATANTE DENTRO DA REALIDADE ECONÔMICA E SOCIAL DO PAÍS, CITOU A AGENSA 2030, E TAMBÉM TRATOU OS PENSAMENTOS DE COMUNICAÇÃO CONFORME A SUGESTÃO DO BRIEFING.	5,00%	A LICITANTE FEZ MUITO BEM O RACIOCÍNIO BÁSICO, DEMONSTRANDO DOMÍNIO NO ASSUNTO, COM MÚLTIPLOS E EXPOSITIVO DE DADOS ECONÔMICOS, ESTRUTURARES E SOCIAIS DO PAÍS, SOBRETUDO NA PARTE DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO. CITOU CONTEÚDOS TRATADOS NA 77ª SEDA, PALOU DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO CONFEA E COMPREENDEU A RELAÇÃO DO CONFEA COM OS SEUS DIFERENTES PÚBLICOS.	5,00%	TEVE O CUIDADO DE ESTUDAR O CONFEA, O SISTEMA, OS EVENTOS E O PÚBLICO A SER ATINGIDO, DESTA FORMA, APRESENTOU DADOS RELEVANTES COM NÚMEROS E INDICADORES BEM ELABORADOS, FOI MUITO EFÁTICA NA ÁREA DA AGRONOMIA, SOBRETUDO NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO.	
II. Estratégia de Comunicação Corporativa	20%	20,00%	A LICITANTE APRESENTOU SUA ESTRATÉGIA COM CONCEITOS, FERRAMENTAS E PRODUTOS DE FORMA CLARA, OBJETIVA E EXECUTIVEL, E COM SUGESTÕES INOVADORAS, POR TANTO, ATENDEU AS EXPECTATIVAS DO BRIEFING ALÉM DO ESPERADO.	20,00%	A LICITANTE FEZ UM DIAGNÓSTICO DOS PROBL EMAS ENFRENTADOS PELO CONFEA, DEVIDO A SUA POUCA VISIBILIDADE. APRESENTOU UMA BOA SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO TRANSVERSAL, FOCANDO O PAPEL DO CONFEA NO DESENVOLVIMENTO DO PAÍS, PRESEÇA DO CONFEA EM DIFERENTES ÁREAS DA ECONOMIA E A TRANSPARÊNCIA E ÉTICA QUE NORTEIAM SUAS ATIVIDADES, NOMEDU UM CONJUNTO DE 12 AÇÕES.	20,00%	A LICITANTE APRESENTOU UMA ESTRATÉGIA, SE BASEANDO NO ADVERTO DA VISIBILIDADE DO CONFEA E QUAS AS AÇÕES PDEREM SER TOMADAS PARA MUDANÇA DESSE QUAIBRO. APRESENTOU UMA PROPOSTA PARA QUE O CONFEA APRESENTE O PAPEL DA ENGENHARIA DENTRO DE OUTRAS ÁREAS DE ATUAÇÃO QUE NORTEIAM SUAS ATIVIDADES E ASSIM CONTRIBUEM SIGNIFICATIVAMENTE PARA O DESENVOLVIMENTO NACIONAL.	
III. Solução de Comunicação Corporativa	25%	25,00%	A ESTRATÉGIA ESTÁ BEM RELACIONADA COM AS SOLUÇÕES DE FORMA DETALHADA, COM AÇÕES PRECISAS A EXECUTIVEL A CRIAÇÃO DO EMBALADOR DO CONFEA, AÇÃO COM OS INFLUENCIADORES, PODCAST, OLHO NO CONGRESSO, VÍDEO-SÉRIES, MONITORAMENTOS E SUGESTÕES DE PAUTA.	24,00%	A LICITANTE APRESENTOU UM PLANO DE SOLUÇÃO CORPORATIVA ADEQUADO AOS PROPOSTOS DO CONFEA.	24,50%	A SOLUÇÃO FOI APRESENTADA COM DETALHAMENTO, TROUVE EXEMPLOS DE DIVERSAS AÇÕES E SUGESTÕES DE PAUTA, TEM SINTONIA COM O OBJETIVO QUE O CONFEA PROCURAVA.	
IV. Plano de Implementação	15%	14,90%	É CONVINCENTE COM AS SOLUÇÕES, É POSSIVEL VERIFICAR A IMPLEMENTAÇÃO NA SUA ORDEM CRONOLOGICA, DENTRO DA PREVISÃO DE CADA AÇÃO COM O ORÇAMENTO VINCULADO DE FORMA VANTAJOSA.	15,00%	O PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO APRESENTADO PELA LICITANTE ATENDE AOS INTERESSES DO CONFEA.	14,50%	PLANO MUITO BEM ELABORADO COM A PREVISÃO DE TODAS AS AÇÕES PROPOSTAS DENTRO DA ORDEM CRONOLOGICA NA QUAL DEVERÃO SER EXECUTADAS.	
TOTAL	64,90%	64,90%		64,00%	64,00%			

MÉDIA FINAL Ed. 3%

*[Handwritten signature]*

Obs.: Tabela constante do Apêndice II - Pág. 47 do edital

Análise dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada) - ENVELLOPE 04  
TÍTULO DA PROPOSTA TÉCNICA: "CONFEA. TRABALHANDO PARA TODO BRASILEIRO"




1.3.2. Aos questionos ou subquestionos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

1.1 Plano de Comunicação Corporativa	QUESTIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	GLAUCIA	JUSTIFICATIVA	BELOTTI	ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO JUSTIFICATIVA	MARCOS	JUSTIFICATIVA
		55%						
	I. Roteirio Básico	5%	3,0%	Desenvolveu de forma satisfatória o Roteirio com uma análise do contexto atual com algumas informações das características do contratante, apresenta dados percentuais, inclui desenho a matriz SWOT para embasar a estratégia.	4,0%	A LICITANTE FEZ UMA BOA ANÁLISE DA CONJUNTURA ECONÔMICA DO PAÍS E SEUS IMPACTOS NO DESENVOLVIMENTO NACIONAL, COM BENEFÍCIOS NA ATUAÇÃO DOS PROFISSIONAIS, RELATOU A BAIXA CITIÇÃO DO CONFEA NAS MÍDIAS SOCIAIS E GRANDE IMPRENSA, FEZ UMA BOA LETURA DA RELAÇÃO DO CONFEA COM OS DIFERENTES PÚBLICOS.	4,0%	APRESENTOU UMA ANÁLISE CONDIZENTE COM O BRIEFING, PROPÕS ATUAÇÕES PARA ALAVANCAR AS REDES SOCIAIS E O ENGAJAMENTO COM A GRANDE IMPRENSA, TEVE AINDA UMA VISÃO ACERCA DO USO DA MARCA E SUA IDENTIFICAÇÃO COM O PÚBLICO ALVO, MOSTROU MODOS DE AÇÕES PARA A IMPLEMENTAÇÃO DAS AÇÕES, COMO POR EXEMPLO A MATRIZ SWOT.
SUBQUESTOS	II. Estratégia de Comunicação Corporativa	20%	16,0%	A relação do embasamento da Matriz Swot com a estratégia foi satisfatória, mas cita também outros formatos. A proposição e a defesa dos pontos centrais estão coerentes com o conceito.	18,0%	A LICITANTE FEZ UMA BOA ANÁLISE DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO. PORÉM, NÃO APRESENTOU NOVIDADES NA FORMA DE ATUAR ESTRATEGICAMENTE, INCLUSIVE NÃO DEU MUITA ÊNFASE NA ANÁLISE DE CRISE.	19%	FOCOU NO PROTAGONISMO DO CONFEA E A NECESSIDADE DE APRESENTAR CONTEÚDOS COM ESTUDOS, PESQUISAS E INDICADORES, PARA QUE OS PORTA-VOZES DO CONFEA POSSAM TER UMA PROTEÇÃO MAS EFETIVA, FALOU SOBRE A NECESSIDADE DE INTELCUÇÃO COM AGENTES DO PODER PÚBLICO PARA CONSTRUIR UMA ABERTURA SOLIDA.
	III. Solução de Comunicação Corporativa	25%	15,0%	A relação das ações foram detalhadas conforme a estratégia proposta de forma satisfatória.	21,0%	APRESENTOU UM PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, ATENDENDO EM PARTE OS PRINCÍPIOS ESTABELECIDOS NO EDITAL.	19%	PLANO DE COMUNICAÇÃO ELABORADO CONDIZENTE COM BRIEFING.
	IV. Plano de Implementação	15%	11,5%	A ordem cronológica das ações estão coerentes com a execução pública, no quesito organização está satisfatória.	14,0%	ATENDE PERFEITAMENTE O ESTABELECIDO NO EDITAL.	13%	PLANO MUITO BEM ELABORADO COM A PREVISÃO DE TODAS AS AÇÕES PROPOSTAS DENTRO DA ORDEM CRONOLÓGICA NA QUAL DEVERIA SER EXECUTADAS.
	TOTAL	45,5%			57,0%		55,8%	
	MEIA FINAL		52,5%					

Obs.: Tabela constante do Apêndice II - Pág. 47 do edital

ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA:

FOI OBSERVADO QUE A LICITANTE INFRINGIU O DISPOSTO NO ITEM 1.2.7. APÊNDICE II, POIS EXCEDEU 1 (UMA) PÁGINA DO LIMITE ESTIPULADO NO EDITAL, PORÉM EM CONSENSO A SUBCOMISSÃO ENTENDEU QUE PORAM ASPECTOS FORMALS QUE NÃO COMPROMETEM A USUARIA E O CARÁTER COMPETITIVO DA CONCORRÊNCIA, CONFORME PREVISTO NO ITEM 2.4.1. APÊNDICE III.

Análise dos Involúncos nº 2 (Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada) - ENVELOPE 05  
TÍTULO DA PROPOSTA TÉCNICA: "CONFLA, É CONFEAL"

2.3.2. Aos questões ou subquestões serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

QUESTÕES	PONTUAÇÃO MÁXIMA	GLAUCIA	JUSTIFICATIVA	BELLOTI	JUSTIFICATIVA	MARCOS	JUSTIFICATIVA	
I. Plano de Comunicação Corporativa								
PONTUAÇÃO MÁXIMA 65%								
SUBQUESTÕES	I. Raciocínio Básico	5%	4,0%	A relação das características e especificidades do contratante, o diagnóstico, e as compreensões atendem de forma satisfatória.	5,0%	A LICITANTE FEZ UMA BOA ANÁLISE DO QUE É A REPRESENTATIVIDADE DO CONFLA, FEZ UMA PESQUISA MUITO INTERESSANTE COM PARALAMENTARES E JORNALISTAS SOBRE O NÍVEL DE CONHECIMENTO DELES SOBRE O CONFLA.	4,0%	A licitante se mostrou bem alinhada com as atividades desenvolvidas pelo Confla, realizou pesquisas para poder apresentar dados estatísticos concretos, o que demonstrou uma ótima capacidade para atender as futuras demandas. Em nenhum momento ela aborçou o Sistema como um todo, sempre falou como Confla e nunca como Sistema Confla/Creia e Mitua.
		20%	17,0%	Bom apresentação da estratégia de comunicação corporativa, com base no raciocínio e nas sequencia de ações com o público bem definido	18,0%	LICITANTE ELABOROU UM BOM PLANO DE ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, IDENTIFICANDO OS PONTOS FORTES FRACOS DO CONFLA, JUNTO AO SEU PÚBLICO.	17,5%	Fez uma boa leitura sobre os desafios a serem enfrentados, mostrou estratégia de ação com períodos distintos para planejamento e produção de conteúdo, mobilização dos atores parceiros (Creas e Mitua), eventos/fóruns nacionais para alinhamento técnico operacional. Num segundo momento propõe a implementação das ações planejadas e divulgação dos materiais. Apresentou um mapa de influenciadores suscitno, porém bem elaborado e voltado para o perfil tecnológico do sistema, demonstrou exemplos de tentativas de atuações do Confla que poderão render bons frutos se forem exploradas de forma correta com o público alvo.
	25%	16,5%	A relação de estratégia com a solução é satisfatória.	22,0%	A LICITANTE APRESENTOU SOLUÇÕES NORMAS PARA A SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, NÃO APRESENTANDO SOLUÇÕES INOVADORAS.	21,0%	A LICITANTE APRESENTOU SUA SOLUÇÃO CONFORME SOLICITADO NO BRIEFING, PORÉM, NÃO APRESENTOU NADA QUE PUDESSE ENRIQUECER A PROPOSTA.	
	15%	13,0%	cronograma adequado com as ações e boa proposta organizacional.	12,0%	A LICITANTE APRESENTOU PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO DENITDO DO ESTABELECIDO NO EDITAL.	13,5%	A licitante apresentou um quadro com um bom cronograma de implementação, Usou os valores referenciais do edital.	
TOTAL		50,5%		57,0%		56,0%		
MÉDIA FINAL		54,5%						

Obs.: Tabelaconstante do Apêndice III - Pág. 47 do edital


**Análise dos invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada) - ENVELOPE 06**  
**TÍTULO DA PROPOSTA TÉCNICA: "?????"**

2.3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

1. Plano de Comunicação Corporativa	QUESTITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO		
			GLAUCIA	BELLOTTI	MARCOS
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5%			
	II. Estratégia de Comunicação Corporativa	20%			
	III. Solução de Comunicação Corporativa	25%			
	IV. Plano de Implementação	15%			
	<b>TOTAL</b>		0%	0%	0%
		<b>MÉDIA FINAL</b>	<b>0,0%</b>		

Obs.: Tabela constante do Apêndice III - Pág. 47 do edital

**ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA:**

- 1) A subcomissão entendeu que a empresa descumpriu o item 2.4, alínea A, pois não apresentou o caderno nos termos do item 1.2, alínea B;
- 2) A subcomissão entendeu que a empresa descumpriu o item 1.3.3, alínea B.