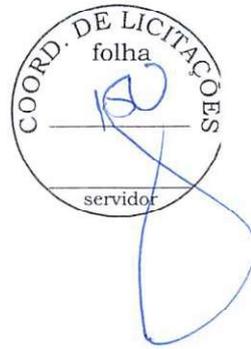




**Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Diretoria Geral**



**ATENDIMENTO DA DILIGÊNCIA**

**SANEAMENTO DA FASE DE ANÁLISE E CLASSIFICAÇÃO DAS  
PROPOSTAS TÉCNICAS, COM AS DEVIDAS JUSTIFICATIVAS DA  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA  
ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE A

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	A empresa não apresentou informações específicas sobre a câmara, um componente essencial para a contextualização da argumentação. A ausência desses dados compromete a relevância e a consistência do raciocínio apresentado, já que, sem essas informações, a agência não consegue estabelecer uma ligação clara entre a proposta e as necessidades reais do projeto. A argumentação fica fragilizada, pois não se fundamenta em fontes precisas ao não citá-las para embasar os dados apresentados, não embasando corretamente o papel da Câmara Municipal de Blumenau e seus contextos conforme os parâmetros do edital.
Estratégia de Comunicação	A proposta apresentada contém uma comunicação vaga e genérica, sem apresentar de forma clara os detalhes da estratégia de comunicação. A falta de detalhamento compromete a compreensão do impacto e da viabilidade da estratégia, prejudicando a avaliação da proposta e a confiança de que a comunicação será eficaz na prática. O que fere o edital quando se pede consistência e pertinência da argumentação.
Ideia Criativa	O título da ideia criativa é excessivamente extenso, prejudicando a clareza e a objetividade da comunicação. Um título conciso e direto é fundamental para capturar a atenção de maneira eficiente e transmitir de forma clara o conceito da campanha. Além disso, a proposta carece de um desenvolvimento criativo inovador. Com base no edital, a ideia apresentada enfraquece o impacto da comunicação.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	A agência informa que usará o valor de R\$ 40.000,00 para fazer um “teste” nas mídias sociais. Vale lembrar que o recurso utilizado é público, ou seja, dinheiro do município oriundo de seus impostos. É inaceitável que se utilize esse valor para apenas testar uma forma de comunicação, pois grande parte desses recursos irá ser desperdiçado se a campanha não trazer o que se espera dela. Se entende que no marketing digital algumas campanhas devam ser testadas, mas com recursos muito inferiores, para aí sim, alocar mais verba na campanha certa. Os famosos testes A/B se fazem com valores de R\$ 100,00 a R\$ 500,00 por exemplo.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Anderson Felipe Vieira*  
Anderson Felipe Vieira



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE   A  

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Anderson Rodryg Vieira*  
*Anderson Rodryg Vieira*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE B

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	Ao atender os requisitos do edital, a empresa apresentou um raciocínio básico que se alinha diretamente aos objetivos e expectativas da licitação. Esse alinhamento é crucial para garantir que a proposta seja viável e compatível com as necessidades do cliente, fortalecendo a confiança na capacidade da agência de entregar resultados dentro dos parâmetros estabelecidos.
Estratégia de Comunicação	A estratégia de comunicação apresentada pela empresa atendeu aos requisitos do edital, respeitando as diretrizes e objetivos estabelecidos. A assertividade da ideia central também é outro ponto que deoide a favor da agência. A proposta foi eficaz ao abordar o problema apresentado de maneira clara e objetiva, com um enfoque que demonstra profundo entendimento das necessidades do projeto. A campanha proposta é acolhedora, criando um vínculo emocional com o público-alvo, e está detalhadamente especificada, o que garante uma execução precisa e alinhada aos resultados esperados.
Ideia Criativa	A proposta se destaca por sua clareza e simplicidade, facilitando a aceitação e o entendimento por parte da população. A criação do personagem Otto para ilustrar a história de Blumenau, oferece uma narrativa intuitiva e envolvente, que conecta facilmente o público com a mensagem da campanha e também cativa. Esse aspecto é fundamental para garantir que a comunicação atinja de maneira eficaz uma audiência ampla e diversa, sem perder a profundidade cultural e histórica do contexto e mostra assertividade e criatividade.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	A apresentação da agência sobre esse tema foi satisfatória e atendeu aos requisitos do edital.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

Anderson Rodryg Oliveira  
Anderson Rodryg Oliveira



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE B

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR: Anderson Rodryg O'neio  
Anderson Rodryg O'neio

JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE C\_\_



JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	Não expõe muito bem a lógica do problema de comunicação que se pretende superar por meio da campanha.
Estratégia de Comunicação	Lançamento superficial da estratégia, não conseguindo demonstrar os valores passados pela campanha de forma simples e fixadora.
Ideia Criativa	Não demonstrou satisfatoriamente como acontecerá a conexão entre a Câmara e público, genérica demais.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Alto gasto com televisão. Investimento menor com as mídias digitais. Não teve uma boa distribuição da verba.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Anderson Rodryg Oiene*  
*Anderson Rodryg Oiene*

JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE \_C\_



JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR: Anderson Rodolpho Ojeda  
Anderson Rodolpho Ojeda

JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE \_D\_



JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	A empresa apresentou um raciocínio básico que se alinha aos objetivos e expectativas da licitação. Esse alinhamento é crucial para garantir que a proposta seja viável e compatível com as necessidades do cliente e atende os itens estabelecidos no edital.
Estratégia de Comunicação	A estratégia de comunicação apresentada pela empresa atendeu aos requisitos do edital, respeitando as diretrizes e objetivos estabelecidos. A assertividade da ideia central também é outro ponto que depõe a favor da agência.
Ideia Criativa	A proposta se destaca por sua clareza e simplicidade, facilitando a aceitação e o entendimento por parte da população. Atende os itens do edital.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Demonstra conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos segmentos de público.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR: Anderson Rodryg Osorio  
Anderson Rodryg Junior

JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE \_D

JUSTIFICATIVA:



Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

Andersen Rodryg Vieira  
Andersen Rodryg Vieira

JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE E\_\_



JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	Cumpra o que propõe o edital com raciocínio lógico.
Estratégia de Comunicação	A estratégia de comunicação atende os preceitos do edital e traz modernidade a comunicação.
Ideia Criativa	A apresentação da agência é satisfatória visto que a ideia é interessante, porém perde sua força no sentido de não criar uma relação próxima com as pessoas ao nome ser apenas o institucional “Câmara”, ou seja, não traz uma comunicação humanizada, além de frases clichês já vistas em outros lugares.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	O planejamento das estratégias de mídia e não mídia foi considerado satisfatório, mas com algumas limitações. A proposta concentrou-se excessivamente em mídias tradicionais, como Televisão e Rádio, resultando em um alto custo para essas plataformas. Em contrapartida, o investimento em mídias digitais foi reduzido, comprometendo uma distribuição não equilibrada da verba. Além disso, a proposta careceu de elementos inovadores, apresentando soluções já amplamente utilizadas, o que diminui seu potencial de diferenciação.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

Andersen Tedy Viana  
Andersen Tedy Viana



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE \_E\_

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

Anderson Rodryg Orens  
Anderson Rodryg Viere

JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE F\_\_



JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	Embora seja informativa e esteja bem redigida, não parece gerar o impacto que se pretende.
Estratégia de Comunicação	Abordagem dentro do tempo proposto, porém faltou exemplificar melhor como a campanha pretende envolver a sociedade.
Ideia Criativa	Embora seja informativa e esteja bem redigida, não parece gerar o impacto que se pretende.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	A distribuição de investimentos foi considerada satisfatória, no entanto, não apresentou elementos inovadores ou estratégias diferenciadas que pudessem agregar maior valor à campanha. Embora o equilíbrio na alocação dos recursos seja adequado, a falta de abordagens criativas ou novas propostas para otimizar o uso do orçamento compromete o potencial de impacto e diferenciação da campanha. Uma distribuição mais ousada ou a inclusão de soluções inovadoras poderiam ter potencializado os resultados esperados.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

Anderson Boduy Vieira  
Anderson Boduy Vieira



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE \_F\_

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR: Anderson Edup Vieira  
Anderson Edup Vieira



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE A

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	A falta de fonte referente ao dados cruciais impede uma avaliação completa da proposta apresentada. É evidente que a falta desses dados se torna algo significativo, principalmente para realizar uma avaliação justa e precisa da viabilidade da proposta, além de prejudicar a transparência e a conformidade do processo.
Estratégia de Comunicação	A estratégia apresentada pela empresa carece de clareza, por mais que tenham inúmeras informações demonstrando conhecimento sobre o problema a ser resolvido, não foi exposta de maneira estruturada e objetiva, dificultando a compreensão do alinhamento entre suas ações e os objetivos das ações que irão ser executadas na estratégia. O cronograma, por sua vez, está superficial e necessita de informações como as etapas essenciais da campanha serão executadas. Fazendo com o que o planejamento indique uma fragilidade na capacidade de execução da agência, colocando em risco a viabilidade da proposta.
Ideia Criativa	A proposta apresentada não estabelece uma conexão eficaz com a população, transmitindo a ideia equivocada de que as pessoas têm acesso a algo e optam por não utilizar por falta de interesse. No entanto, o objetivo da proposta era justamente destacar a existência de uma ouvidoria, incentivando seu uso. Além disso, a proposta carece de uma abordagem criativa inovadora, apresentando apenas soluções superficiais, o que compromete o impacto e a efetividade da comunicação.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	A irresponsabilidade de alocar R\$40 mil para a execução de testes transmite a impressão de que a agência não confia plenamente na estratégia proposta e sente a necessidade de validar suas ações por meio de testes, em vez de executar a campanha de forma assertiva. Essa abordagem, ao invés de focar em uma distribuição de verba que gere impacto positivo de maneira concreta, parece carecer de uma alocação estratégica bem fundamentada. Embora seja reconhecido que testes são necessários, a distribuição de recursos foi realizada de maneira irresponsável, sem o devido planejamento e avaliação crítica.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR: Brenda Edwards Wachholz  
Brenda Edwards Wachholz



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE A

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Brenda Eduarda Wachob*  
*Brenda Eduarda Wachob*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE B

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	A agência demonstrou, de forma clara e objetiva, que atendeu os requisitos estabelecidos no edital nº 4.4.2.1., o que evidencia seu comprometimento em seguir as diretrizes e especificações exigidas para a execução do projeto. Este cumprimento integral garante que a proposta esteja em conformidade com as normas estabelecidas, proporcionando uma base concreta para a avaliação positiva do raciocínio básico demonstrando capacidade desde o princípio para colocar a ação em prática.
Estratégia de Comunicação	A estratégia de comunicação atendeu todos os requisitos do edital, mas também trouxe uma solução criativa e bem fundamentada para o problema proposto. A campanha foi muito bem estruturada para ser acolhedora e acessível, com um planejamento claro que especifica todas as etapas de execução. Isso demonstra um alto nível de compromisso e profissionalismo, além de garantir que a proposta estará alinhada com as expectativas do cliente e as necessidades do público-alvo.
Ideia Criativa	A ideia criativa apresenta elementos inovadores, como o uso de inteligência artificial, mas também respeita e valoriza a história de Blumenau por conta de seu nome, Otto que representa Hermann Bruno Otto Blumenau. A ideia de utilização do Buyer Persona, que é um personagem criado, chamado de Otto para representar um atendente virtual da Câmara, oferece uma conexão profunda e emocional com a população, tornando a mensagem mais autêntica e impactante. Essa abordagem criativa não só promove a inovação, mas também fortalece o vínculo com a comunidade, aumentando a relevância e a identificação da campanha.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Atendeu de forma satisfatória às expectativas quanto às ideias e ao planejamento das estratégias de mídia e não mídia, apresentando todas as informações fundamentadas em dados publicitários e demonstrando consistência na distribuição da verba publicitária.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

Brenda Eduarda Wachholz  
Brenda Wachholz



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE B

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Brenda Edwards Wachholz*  
*Brenda Edwards Wachholz*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE C

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	A proposta apresenta uma explicação insuficiente sobre a lógica do problema de comunicação que a campanha visa resolver. Embora a intenção de abordar a questão seja perceptível, a estratégia não é claramente articulada, o que dificulta a compreensão de como a campanha irá efetivamente superar o desafio proposto. A falta de detalhamento na explicação compromete a clareza da solução, prejudicando a avaliação do potencial impacto da campanha e sua capacidade de atender às necessidades de comunicação do projeto de forma eficaz.
Estratégia de Comunicação	A estratégia foi apresentada de forma superficial, sem uma abordagem suficientemente aprofundada que permitisse uma compreensão clara e objetiva dos valores que a campanha busca transmitir. A proposta não conseguiu articular esses valores de maneira simples e memorável, o que compromete o impacto da comunicação e sua capacidade de fixação na mente do público-alvo. A ausência de uma apresentação mais eficaz e estruturada dos valores da campanha dificulta a avaliação de seu potencial em gerar um engajamento duradouro e em criar uma conexão sólida com a audiência.
Ideia Criativa	A proposta não apresentou de forma satisfatória a estratégia de conexão entre a Câmara e o público, deixando essa relação muito vaga e sem detalhes específicos. A abordagem foi excessivamente genérica, sem explicitar claramente os métodos, canais ou ações que serão utilizados para estabelecer uma comunicação eficaz e envolvente com a população. A falta de um planejamento mais concreto e direcionado compromete a compreensão sobre como a proposta atenderá às necessidades de engajamento e interação entre a Câmara e seus cidadãos, o que limita a confiança na efetividade da estratégia apresentada.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	A proposta apresenta um elevado investimento em mídias tradicionais, como a televisão, o que resulta em um alto custo para essas plataformas. Em contrapartida, o investimento destinado às mídias digitais foi consideravelmente reduzido, o que compromete uma distribuição mais equilibrada e estratégica da verba disponível. A alocação de recursos não foi otimizada, evidenciando uma distribuição desequilibrada que pode prejudicar a eficácia da campanha, uma vez que não reflete as tendências atuais de consumo de mídia e a importância crescente das plataformas digitais para atingir de forma mais assertiva o público-alvo.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Branda Edwards Wachholz*  
*Branda Edwards Wachholz*



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE C

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR: Brenda Edwards Wachholz  
Brenda Edwards Wachholz



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE D

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	A agência evidenciou, de maneira clara e direta, que cumpriu os requisitos estipulados no edital nº 4.4.2.1., o que demonstra seu comprometimento em seguir as diretrizes e especificações exigidas para a execução do projeto. Apresentando de forma clara a lógica do problema de comunicação que se busca resolver com a campanha, oferece uma base sólida para uma avaliação favorável do raciocínio básico, evidenciando a habilidade para implementar a ação desde o início.
Estratégia de Comunicação	Está em total conformidade com o briefing, mostrando-se apropriada e eficaz, além de ser bem explanada e justificada. Adicionalmente, apresentou uma solução criativa e sólida para o desafio apresentado. A campanha foi cuidadosamente elaborada para ser acolhedora e acessível, introduzindo a IA Cami, tendo um planejamento detalhado que abrange todas as etapas de implementação. Isso evidencia um elevado grau de comprometimento e profissionalismo, assegurando que a proposta esteja alinhada tanto com as expectativas do cliente quanto com as necessidades do público-alvo.
Ideia Criativa	É forte, coerente e desempenha a função de humanizar a Ouvidoria da Câmara. Apresenta elementos inovadores, como a aplicação de inteligência artificial, ao mesmo tempo em que respeita e valoriza a imagem da Câmara. A proposta de utilizar um Buyer Persona, representado por um personagem chamado Cami, que atua como atendente virtual, estabelece uma conexão emocional profunda com a população, tornando a mensagem mais autêntica e impactante. Essa abordagem criativa não apenas promove a inovação, mas também fortalece o vínculo com a comunidade, aumentando a relevância e a identificação com a campanha.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	A proposta é detalhada e abrangente, mostrando-se adequadamente alinhada às necessidades do projeto. Ela foi apresentada de forma clara, atendendo plenamente às expectativas quanto às ideias e ao planejamento das estratégias de mídia e não mídia. Além disso, todas as informações são fundamentadas em dados publicitários, demonstrando consistência na alocação do orçamento publicitário.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

Brenda Edwards Wachholz  
Brenda Edwards Wachholz



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE D

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

Brenda Edwards Wadholy  
Brenda Edwards Wadholy



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE E

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	Muito bem estruturado, trazendo muitos dados e informações com clareza e insight. Fornece uma base sólida para uma avaliação favorável do raciocínio básico, demonstrando capacidade de implementar a ação desde o início, demonstra conhecimento do tema e pronto para trabalhar com o tema proposto.
Estratégia de Comunicação	A proposta é bem fundamentada, alinhada às informações, adequada e eficaz, além de ser claramente explicada e bem justificada. Além disso, apresentou uma solução diferente para o desafio proposto. A campanha foi cuidadosamente desenvolvida para ser envolvente e acessível, incluindo uma IA chamada Câmera e apresenta planejamento detalhado. Isso demonstra um alto nível de comprometimento e profissionalismo, garantindo que a proposta esteja alinhada às expectativas do cliente e às necessidades do público-alvo.
Ideia Criativa	A proposta é sólida, coerente e cumpre seu papel na campanha da Ouvidoria da Câmara. Apresenta elementos inovadores, como o uso de inteligência artificial, ao mesmo tempo em que preserva e valoriza a imagem da Câmara. A criação de um Brand Persona, representado por um personagem chamado "Câmara", que atua como atendente virtual, torna a mensagem mais autêntica e impactante. No entanto, a escolha do nome do avatar IA não foi tão criativa, e deixou a desejar, pois não estabelece uma conexão forte com o público, não soando como um nome de pessoa.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	O planejamento das estratégias de mídia e não mídia foi considerado satisfatório, mas com algumas limitações. A proposta concentrou-se excessivamente em mídias tradicionais, como Televisão e Rádio, resultando em um alto custo para essas plataformas. Em contrapartida, o investimento em mídias digitais foi reduzido, comprometendo uma distribuição não equilibrada da verba. Além disso, a proposta careceu de elementos inovadores, apresentando soluções já amplamente utilizadas, o que diminui seu potencial de diferenciação.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Brenda Edwards Wachholz*  
*Brenda Edwards Wachholz*



**Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE E

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Brenda Eduarda Wachhol*  
*Brenda Eduarda Wachhol*



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



**JUSTIFICATIVA DAS NOTAS**

**JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

**ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA**

**ENVELOPE F**

**JUSTIFICATIVA:**

Raciocínio Básico	A análise sobre a Câmara e os desafios que ela enfrentará foi realizada de forma razoavelmente adequada, embora faltassem alguns detalhes que poderiam ter enriquecido a compreensão do contexto. A proposta identificou corretamente os principais desafios, mas poderia ter explorado com mais clareza e profundidade as especificidades dessas questões, oferecendo uma visão mais completa das necessidades da Câmara. Uma análise mais detalhada e fundamentada teria agregado valor à proposta, demonstrando um maior entendimento das complexidades envolvidas.
Estratégia de Comunicação	A abordagem foi apresentada dentro do prazo estipulado, no entanto, a proposta careceu de exemplos mais detalhados sobre como a campanha pretende efetivamente envolver a sociedade. A ausência de explicações claras e ilustrativas sobre as ações práticas e os métodos de engajamento dificulta a compreensão de como a campanha buscará interagir com o público-alvo de maneira impactante e duradoura. A inclusão de exemplos mais concretos teria fortalecido a proposta, tornando-a mais convincente e demonstrando um maior grau de planejamento e estratégia.
Ideia Criativa	Embora a proposta seja informativa e esteja bem redigida, ela não parece gerar o impacto desejado, falhando em capturar plenamente a atenção e o engajamento do público-alvo. A comunicação, embora clara, não transmite a força necessária para causar uma impressão duradoura ou para mobilizar efetivamente os destinatários em relação aos objetivos da campanha. Um enfoque mais persuasivo e inovador poderia ter sido adotado para amplificar o impacto da mensagem e aumentar sua capacidade de gerar a resposta esperada.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	A distribuição de investimentos foi considerada satisfatória, no entanto, não apresentou elementos inovadores ou estratégias diferenciadas que pudessem agregar maior valor à campanha. Embora o equilíbrio na alocação dos recursos seja adequado, a falta de abordagens criativas ou novas propostas para otimizar o uso do orçamento compromete o potencial de impacto e diferenciação da campanha. Uma distribuição mais ousada ou a inclusão de soluções inovadoras poderiam ter potencializado os resultados esperados.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Branda Eduarda Wachholz*  
*Branda Eduarda Wachholz*



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



**JUSTIFICATIVA DAS NOTAS**

**JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

**ENVELOPE 3**

**ENVELOPE F**

**JUSTIFICATIVA:**

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR: Brenda Eduarda Wachholz  
Brenda Wachholz



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE A

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	A não abordagem da câmara e a ausência de dados específicos refletem uma desconsideração dos critérios técnicos e requisitos estabelecidos no edital. Um bom raciocínio básico deve contemplar todas as informações necessárias para demonstrar a adequação da proposta ao contexto e às necessidades do cliente. Nesse caso, os dados apresentados pela Invente NÃO apresenta dados estatístico quanto à apresentação das informações abordadas, de forma clara. Sendo assim, apresenta problemas de comunicação a ser superado, nem mostra como fazer isso. A falha em fornecer dados específicos compromete a análise técnica da proposta, tornando-a incompleta e fora dos parâmetros exigidos para um julgamento justo e criterioso.
Estratégia de Comunicação	Embora a agência tenha apresentado uma boa defesa extensa sobre a comunicação, na coerência dos prazos da primeira fase da execução da campanha, a redução do tempo especificado na fase 1 seria muito mais aplausível; conseqüentemente, aumentaria na etapa 2, contribuindo no engajamento ativo e mantendo por mais tempo a participação da população no engajamento da campanha. Além disso, o planejamento de cronograma razoável distribuído indica um risco de mercado que possa ser mal impactado diante da execução do projeto.
Ideia Criativa	A apresentação do tema “A Blumenau que você quer começa com sua voz” apresenta um tema básico diante da ideia que pode ser explorada numa ideia mais ousada e criativa, já que estamos lidando com o tema ‘Ideia Criativa’. Normalmente, numa peça publicitária, quanto menos a utilização das palavras (no máximo 3 conjunto de palavras), aumentará a chance de memorização e entendimento da mensagem.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Alguns dados causaram estranhezas. Investir R\$ 40.000 para testes em 30 dias gera um gasto desnecessário para a campanha. A economicidade na aplicação da verba de mídia também é um ponto a ser revisado e reanalisado para poder ter um investimento muito mais acertivo nas definições das estratégias.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE A

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE B

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	<p>A proposta técnica foi aprovada por se alinhar aos objetivos estratégicos da administração pública, refletindo diretamente nas metas e diretrizes estabelecidas para a comunicação institucional da Ouvidoria. A campanha proposta atende aos princípios de transparência, eficiência e eficácia na disseminação da mensagem pública.</p>
Estratégia de Comunicação	<p>Embora a agência de comunicação usa um slogan longo “Ouvidoria da Câmara de Blumenau: aqui, sua voz tem vez”, ao conectar com a tecnologia “Avatar IA” houve uma conexão muito boa e positiva diante do mercado publicitário está utilizando atualmente. E vem de encontro com A natureza, extensão e qualidade das relações da Câmara Municipal de Blumenau com o seu público referencial.</p>
Ideia Criativa	<p>A ideia criativa “Otto” vem de encontro com o que Blumenau tem na sua história. Utilizar o Avatar IA com o nome Otto, como forma de abreviação do nome do fundador da cidade de Blumenau, Dr. Hermann Bruno Otto Blumenau, vem ao encontro da criatividade e assertividade da ideia central da história da cidade junto com a Câmara Municipal. O desdobramentos comunicativos oferece um forte impacto na imagem publicitária do projeto envolvendo tecnologia mais avançada atualmente.</p>
Estratégia de Mídia e Não Mídia	<p>Embora tenha apresentado dados estatísticos com referências, a consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária na faixa de mídia e não-mídia dos programas citados pela empresa pretendente é satisfatória, dentro do que foi proposto e mantendo a porcentagem de aprovação da nota.</p>

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE B

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE C

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	Não expõe muito bem a lógica do problema de comunicação que se pretende superar por meio da campanha. Carece com às características da função da Câmara Municipal de Blumenau, relevantes para a comunicação, item que está no edital.
Estratégia de Comunicação	Lançamento superficial da estratégia, não conseguindo demonstrar os valores passados pela campanha de forma simples e fixadora. Não está adequado com o conceito proposto à Câmara Municipal de Blumenau, considerando a sua função e a sua natureza, bem como a suas qualificações.
Ideia Criativa	Sem criatividade e assertividade da ideia central. Não demonstrou satisfatoriamente como acontecerá a conexão entre a Câmara e público, genérica demais.
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Alto gasto com televisão. Investimento menor com as mídias digitais. Não teve uma boa distribuição da verba e sem capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE C

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE D

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	<p>A proposta técnica foi aprovada por se alinhar aos objetivos estratégicos da administração pública, refletindo diretamente nas metas e diretrizes estabelecidas para a comunicação institucional da Ouvidoria. A campanha proposta atende aos princípios de transparência, eficiência e eficácia na disseminação da mensagem pública e ao problema – geral e específico – de comunicação proposto no briefing.</p>
Estratégia de Comunicação	<p>A agência de comunicação utilizou o raciocínio básico onde a empresa pode expor muito bem a lógica do problema de comunicação, tendo a promessa de superar os conceitos apresentado para a campanha. A agencia atende perfeitamente ao briefing e parece adequada e eficaz, além de ter sido muito bem explanada e defendida.</p>
Ideia Criativa	<p>A ideia criativa “Cami” vem de encontro do que tem de inovadora na tecnologia atual: “Avatar IA”. Utilizar o Avatar IA chamada “Cami”, abreviação do nome “Camara”, ousou na ideia criativa do clichê e aposta num projeto que fortaleça a imagem da ouvidoria diante da população de Blumenau. O desdobramentos comunicativos oferece um forte impacto na imagem publicitária do projeto envolvendo tecnologia mais avançada atualmente.</p>
Estratégia de Mídia e Não Mídia	<p>A Agencia apresente vários dados estatísticos sem citar fontes, principalmente quando se trata de perfis de audiência: (... 47% dos telespectadores do sexo masculino, 53% feminino, atinge 34% das classes A e B, 50% da classe C e 17% das classes D e E...). No restante está bem distribuída e com boa diversidade de meios.</p>

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR: Ricardo Sommer Barbosa



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE D

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE E

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	<p>A proposta técnica está satisfatória por se alinhar aos objetivos estratégicos da administração pública, refletindo diretamente nas metas e diretrizes estabelecidas para a comunicação institucional da Ouvidoria.</p>
Estratégia de Comunicação	<p>A proposta é fundamentada, alinhada às informações, adequada e eficaz, além de ser claramente explicada e bem justificada. Além disso, apresentou uma solução diferente para o desafio proposto. Embora tenha tido ideia que inclui uma IA chamada Camara, não teve nota máxima por falta de ousadia na criatividade do nome de “Câmara”.</p>
Ideia Criativa	<p>A agencia utilizou a ideia do “Brand Persona” intitulado “Camara”. Uma ideia que não foge do convencional (objetivo direto do nome que associa à Camara Municipal de Blumenau) e segue a regra dos demais “avatars IA” apresentado nas propostas tecnológica do mercado. Diante do que foi apresentado, é satisfatória a ideia e pode até convencer a relação da Ouvidoria com a população. O nome dado como “Câmara” para o Brand Persona, faltou ousar na criatividade, ja que estamos no conceito “Ideia Criativa”. O roteiro apresentado para o vt é clichê, perdendo força do Avatar diante de um cenário que poderia ser muito mais explorado com o personagem.</p>
Estratégia de Mídia e Não Mídia	<p>O planejamento das estratégias de mídia e não mídia foi considerado satisfatório, mas com algumas limitações. A proposta concentrou-se excessivamente em mídias tradicionais, como Televisão e Rádio, resultando em um alto custo para essas plataformas. Em contrapartida, o investimento em mídias digitais foi reduzido, comprometendo uma distribuição não equilibrada da verba. Além disso, a proposta careceu de elementos inovadores, apresentando soluções já amplamente utilizadas, o que diminui seu potencial de diferenciação.</p>

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE E

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

ENVELOPE F

JUSTIFICATIVA:

Raciocínio Básico	<p>A proposta técnica foi aprovada por se alinhar aos objetivos estratégicos da administração pública, refletindo diretamente nas metas e diretrizes estabelecidas para a comunicação institucional da Ouvidoria. A campanha proposta atende aos princípios de transparência, eficiência e eficácia na disseminação da mensagem pública.</p>
Estratégia de Comunicação	<p>Embora a agência de comunicação utilize como estratégia de slogan “O Poder da Sua Voz”, ideia que remete aos blumenauenses o ‘poder’ que a população tem com sua vontade de expressar, fica à merce de uma ideia restrita. Poderia inovar e ousar mais numa estratégia de comunicação que possa impactar a população, aproximando mais ainda com ela, criando um elo com o Raciocínio Básico.</p>
Ideia criativa	<p>A criação da ideia em criar um filme de 1 minuto utilizando cenário externo como sol nascer no horizonte da cidade, utilizando cenário de crianças correndo e dando risadas ecoando no ar em praças, frases emotivas, etc. não gera uma ideia inovadora, mas um clichê que já foi utilizado em outras agências publicitárias com o mesmo mote. Poderia ter explorado mais essa parte da criatividade.</p>
Estratégia de Mídia e Não Mídia	<p>A distribuição de investimentos foi considerada satisfatória, no entanto, não apresentou elementos inovadores ou estratégias diferenciadas que pudessem agregar maior valor à campanha. Embora o equilíbrio na alocação dos recursos seja adequado, a falta de abordagens criativas ou novas propostas para otimizar o uso do orçamento compromete o potencial de impacto e diferenciação da campanha. Uma distribuição mais ousada ou a inclusão de soluções inovadoras poderiam ter potencializado os resultados esperados.</p>

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*

*[Signature]*

THE UNIVERSITY OF CHICAGO  
DEPARTMENT OF CHEMISTRY  
5800 S. UNIVERSITY AVENUE  
CHICAGO, ILLINOIS 60637

RECEIVED  
JAN 15 1964

FROM: [Illegible]

TO: [Illegible]





Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Subcomissão Técnica



JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

ENVELOPE F

JUSTIFICATIVA:

Capacidade de Atendimento	O número de profissionais, suas qualificações e tempo de experiência, bem como a qualificação destes está totalmente adequada para o atendimento da Câmara. Suas instalações, bem como os recursos materiais que foram apresentados na proposta viabilizarão a execução do contrato.
Repertório	Na apresentação do repertório a ideia criativa guarda correlação com a solução do problema e as informações foram prestadas com clareza e qualidade.
Relatos de Soluções de Problemas	Foram apresentados da forma lógica, evidenciando o planejamento publicitário, as relações de causa e efeito entre problema e solução, e com resultados relevantes.

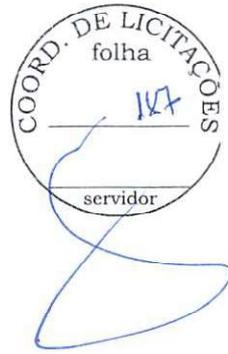
Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



**Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Diretoria Geral**



**ATENDIMENTO DA DILIGÊNCIA**

**INFORMAÇÃO SOBRE REAVALIAÇÃO DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA  
AOS QUESITOS**



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**



OFÍCIO CMB/PL/C-02-2024

Blumenau, 11 de novembro de 2024.

Aos membros da Subcomissão Técnica da Concorrência nº 01/2024.

Sr<sup>a</sup> Brenda Eduarda Wachholz

Sr. Anderson Rodrigo Vieira

Sr. Ricardo Sommer Barbosa

**Assunto: Esclarecimento quanto ao julgamento das propostas técnicas.**

Tendo em vista as disposições constantes nos itens 4.5.1 e 4.5.2. do edital da concorrência nº 01/2024, no sentido de que a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, solicito informar se quando do julgamento das propostas, foram o referidos dispositivos devidamente observados.

Atenciosamente,

  
Dulcenéia de Sousa Roepke  
Comissão Especial de Licitação  
Presidente



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



**JUSTIFICATIVA DAS NOTAS**

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

E

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

Informo que quando do julgamento das propostas técnicas da licitação nº 01/2024 promovida pela Câmara Municipal de Blumenau, foram observadas as disposições constantes no item 4 – Das Propostas Técnicas. subitem 4.5 – Julgamento das Propostas Técnicas, do Edital da Concorrência Pública nº 01/2024, que determina a reavaliação pela subcomissão técnica da pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Anderson Rodryg Vieira*  
*Anderson Rodryg Vieira*



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



**JUSTIFICATIVA DAS NOTAS**

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

E

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

Informo que quando do julgamento das propostas técnicas da licitação nº 01/2024 promovida pela Câmara Municipal de Blumenau, foram observadas as disposições constantes no item 4 – Das Propostas Técnicas. subitem 4.5 – Julgamento das Propostas Técnicas, do Edital da Concorrência Pública nº 01/2024, que determina a reavaliação pela subcomissão técnica da pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Brenda Edwards Wachholz*  
*Brenda Wachholz*



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



**JUSTIFICATIVA DAS NOTAS**

JULGAMENTO – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

ENVELOPE 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA

E

JULGAMENTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ENVELOPE 3

Informo que quando do julgamento das propostas técnicas da licitação nº 01/2024 promovida pela Câmara Municipal de Blumenau, foram observadas as disposições constantes no item 4 – Das Propostas Técnicas. subitem 4.5 – Julgamento das Propostas Técnicas, do Edital da Concorrência Pública nº 01/2024, que determina a reavaliação pela subcomissão técnica da pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

Blumenau, 22/11/2024.

JULGADOR:

*Ricardo Sommer Barbosa*



**Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina**



OFÍCIO CMB/PL/C-03-2024

Blumenau, 22 de novembro de 2024.

Aos membros da Subcomissão Técnica da Concorrência nº 01/2024.

Sr<sup>a</sup> Brenda Eduarda Wachholz

Sr. Anderson Rodrigo Vieira

Sr. Ricardo Sommer Barbosa

**Assunto: Análise de recursos e contrarrazões.**

Encaminho recursos e contrarrazões apresentados pelas agências de publicidade participantes da licitação nº 01/2024 para análise e manifestação no que se refere ao julgamento das propostas técnicas.

Atenciosamente,

  
Dulceneia de Sousa Roepke  
Comissão Especial de Licitação  
Presidente



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

Concorrência nº 01/2024

Trata-se de análise de recursos administrativos interpostos pelas licitantes Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda. e Engenho de Ideias Comunicação Ltda., face à decisão da subcomissão técnica que julgou os conteúdos dos invólucros nº 01 e 03 de todas as licitantes, referente ao Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada e à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

**1 - BREVE RELATÓRIO**

Em 06/11/2024 foi divulgado o resultado geral das propostas técnicas. Tempestivamente as licitantes Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda. e Engenho de Ideias Comunicação Ltda. apresentaram recurso conforme abaixo detalhado. Tempestivamente as licitantes Tempo Brasil Comunicação Ltda. e Criação Propaganda e Publicidade Ltda. apresentaram suas contrarrazões.

Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda. – apresentou recurso no dia 11/11/2024, portanto tempestivamente, em síntese argumentando que não foi respeitada a obrigação editalícia e legal da subcomissão técnica justificar as notas aplicadas, bem como não foi efetuada a reavaliação das notas com diferença maior do que 20% entre elas e sem apresentação de justificativa, requerendo assim a anulação do edital;

Engenho de Ideias Comunicação Ltda.– apresentou recurso no dia 11/11/2024, portanto tempestivamente, em síntese argumentando a ausência de demonstração de Capacidade de Atendimento prevista no item 4.2. do edital e descumprimento dos quesitos previstos para julgamento do Plano de Comunicação, previsto no item 4.3 do edital pelas licitantes Tempo Brasil Comunicação Ltda. e Criação Propaganda e Publicidade Ltda., requerendo a desclassificação de ambas no processo licitatório.

Tempo Brasil Comunicação Ltda. – apresentou contrarrazões no dia 14/11/2024, portanto tempestivamente, em síntese requerendo o não conhecimento ou a improcedência do recurso interposto pela licitante Engenho de Ideias Comunicação Ltda.

Criação Propaganda e Publicidade Ltda. - apresentou contrarrazões no dia 18/11/2024, portanto tempestivamente, em síntese requerendo o desprovimento de ambos os recursos



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



apresentados pelas licitantes Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda. e Engenho de Ideias Comunicação Ltda., e a manutenção de sua classificação no certame.

## 2 – DA ANÁLISE

Diante do exposto, eis a análise dos recursos interpostos, bem como das contrarrazões apresentadas.

Quanto à alegação da licitante Tiriva Publicidade e propaganda Ltda., de nulidade do julgamento por suposta ausência de justificativa expressa na avaliação desta subcomissão técnica, não procede. Em que pese não terem sido divulgadas na sessão pública de apuração do resultado geral das propostas técnicas, foram apresentadas as devidas justificativas à Comissão Especial de Licitação após atendimento das diligências necessárias ao saneamento da fase de análise e classificação das propostas técnicas (documentos autuados às fls. 151 A 186 do volume 11 do processo nº 01/2024). O julgamento das propostas técnicas pela subcomissão técnica foi feito de forma independente por cada membro, conforme quesitos estabelecidos no edital da concorrência nº 01/2024.

No tocante à reavaliação das notas pelos julgadores, também essa comissão observou as disposições constantes no item 4 – das propostas técnicas, subitem 4.5 – julgamento das propostas, do edital da concorrência nº 01/2024. Como é possível verificar nos formulários de julgamento dos envelopes nº 01 (documentos autuados às fls. 08 a 31 do volume 5 do processo nº 01/2024) e envelopes nº 03 (documentos autuados às fls. 05 a 28 do volume 06 do processo nº 01/2024) não há diferença que supere 20% (vinte por cento) entre as notas atribuídas às agências.

No que se refere ao julgamento do envelope de nº 03, essa subcomissão verificou que todas as licitantes participantes do certame cumpriram 100% (cem por cento) dos quesitos previstos no edital, incluindo-se as das licitantes Tempo Brasil Comunicação Ltda. e Criação Propaganda e Publicidade Ltda. A análise dos documentos apresentados foi feita de forma independente por cada membro, conforme quesitos estabelecidos no edital da concorrência nº 01/2024, não havendo razão para reexaminar as propostas técnicas. Inclusive, atendendo ao pedido da Comissão Especial de Licitação, foram apresentadas as justificativas para as notas individuais de cada membro julgador

Quanto ao julgamento dos envelopes nº 01 das licitantes Tempo Brasil Comunicação Ltda. e Criação Propaganda e Publicidade Ltda. não procedem as alegações da recorrente Engenho de Ideias Comunicação Ltda. Isso, porque como critérios de julgamento da Estratégia de Mídia e Não Mídia foram considerados pela Subcomissão Técnica as seguintes características:



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Subcomissão Técnica**



conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários; capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos; consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária; e economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia. Todos esses critérios fazem parte da nota atribuída pela subcomissão, que julgou sem qualquer tipo de favorecimento ou vantagem ilegal, com estrita observância ao princípio da isonomia.

### 3 – CONCLUSÃO

Diante do exposto, essa Subcomissão Técnica opina pelo recebimento dos recursos das licitantes para então negar-lhes total provimento, mantendo válidos todos os atos praticados até o momento.

Remetemos à instância superior para julgamento, consoante estabelece o art. 165, inciso II, § 2º da Lei nº 14/133/21.

Blumenau, 25 de novembro de 2024.

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** **ANDERSON RODRIGO VIEIRA**  
Data: 25/11/2024 17:46:43-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** **BRENDA EDUARDA WACHHOLZ**  
Data: 26/11/2024 10:11:52-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** **RICARDO SOMMER BARBOSA**  
Data: 25/11/2024 18:43:35-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Anderson Rodrigo Vieira

Brenda Eduarda Wachholz

Ricarod Sommer Barbosa



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Diretoria Geral



MEMORANDO CMB/PL/C-04-2024

Blumenau, 26 de novembro de 2024.

À Procuradoria-Geral

Assunto: **Recursos interpostos no âmbito da Concorrência nº 01/2024.**

Encaminho processo licitatório nº 01/2024 para análise e manifestação quanto aos recursos interpostos pelas agências de publicidade participantes do certame quanto ao julgamento das propostas técnicas pela subcomissão técnica.

Atenciosamente,

Dulcenéia de S. Roepke  
Coordenadora de Licitações



**PARECER N.º 73/24**

**1. Identificação**

De: André de Sousa Roepke - Procurador

Para: Thaiz de Carvalho Rocha Zahn Silva - Procuradora-Geral

Objeto: Concorrência n.º 01/2024

Órgão consultante: Diretoria-Geral

**2. Síntese dos fatos**

Trata-se de pedido de parecer sobre os recursos apresentados em razão do julgamento das propostas técnicas realizadas por subcomissão técnica em sede do processo licitatório de autos n.º 01-2024. Referido processo, na modalidade concorrência do tipo técnica e preço tem por escopo promover a contratação de empresa para a prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.

As razões do recurso da licitante Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda foram juntadas às fls. 18 a 30 do volume 11 dos referidos autos. Alega que a subcomissão especial encarregada de promover o exame das propostas técnicas, cometeu as seguintes falhas, supostamente não convalidáveis, e, portanto, ensejadoras da anulação do certame: 1) não apresentou justificativa escrita das notas dadas, devidamente escrita e fundamentada, e 2) não reavaliou a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento)

Já as razões do recurso da licitante Engenho das Ideias Comunicação Ltda (segunda classificada) foram juntadas às fls. 32 a 80 do mesmo volume 11 dos autos n.º -1-2024. Nelas são alegadas: 1) não apresentação pela empresa vencedora (Agência Tempo Brasil Comunicação Ltda, primeira classificada) do cumprimento de certos itens do edital; 2) apresentação na proposta técnica da primeira

 1  




Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Procuradoria-Geral



classificada de redes sociais patrocinadas, reels, e peças que não constam da tabela referencial; 3) apresentação de peças que extrapolam o limite do edital, supostamente contrariando orientação anteriormente dada pela Administração em razão de provocação feita pela segunda classificada; 4) utilização de tabelas de veículos com valores diferentes dos vigentes; 5) apresentação de numeração de páginas cm fonte menor que a prevista em edital; e 6) apresentação de valores de tabela que não conferem com os da tabela própria da Câmara Municipal de Blumenau e extrapolam a verba total.

A licitante Tempo Brasil Comunicação Ltda contra-arrazoou as razões do recurso da licitante Engenho das Ideias Comunicação Ltda, o qual entende dever ser totalmente improvido. Alega: 1) que as insurgências desta última não são hábeis a alterar a classificação das concorrentes; 2) que possui estrutura adequada para cumprir o contrato; 3) que não sugeriu a aquisição direta de mídia em rede social, mas sim a contratação de empresa especializada em gestão de mídia digital, a qual ao seu turno abrange inclusive a utilização de reels, bem como que os itens que não podem ser considerados como de criação foram mensurados na tabela de produção própria; 4) que o assistente virtual proposta não é peça autônoma, mas parte integrante e inseparável das apresentadas, cujo número não extrapola o fixado no edital; e. 5) que os valores das tabelas dos veículos estão devidamente atualizados. Na parte final também aponta os erros que entende presentes na proposta técnica da recorrente Engenho das Ideias Comunicação Ltda.

Às fls. 121 a 147 do volume 11 dos presentes autos foram juntadas as contrarrazões da licitante Criação Propaganda e Publicidade Ltda. Entende que a ausência de explicitação da justificativa das notas é passível de saneamento, conforme aliás assentado pelo próprio Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina quando do exame do processo REP 20/00309229. Isso por meio de diligência junto à subcomissão técnica, de modo a fazer com que esta última justifique as avaliações por ela realizadas. Quanto à



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Procuradoria-Geral



diferença de 205 (vinte por cento) entre notas, a ensejar reavaliação da subcomissão, refere-se à diferença entre notas atribuídas a quesitos, e não à nota geral. Também afirma que a redução de notas pleiteada pela licitante Engenho Ideias e Comunicação Ltda não afeta a classificação final, bem como que diferença de fonte na paginação não é hábil a permitir a identificação de nenhuma licitante. Também afirma que não houve extrapolação no número de peças publicitárias permitidas na proposta, eis que assistente virtual sugerida é elemento das peças sugeridas e não uma peça autônoma. Por fim, observa que os valores apresentados foram com base na tabela referencial da própria Câmara Municipal, sobre a qual poderiam ser lançados descontos.

Às fls. 131 a 191 verifica-se o cumprimento pela subcomissão técnica da diligencia solicitada pela comissão especial de licitação às fls. 08 a 11, no sentido de que a primeira justificasse expressamente as razões que fundamentaram as notas dadas às propostas técnicas das licitantes.

Às fls. 193 a 195 a mesma subcomissão técnica manifesta-se sobre o mérito dos recursos, observando que promoveu o julgamento das propostas técnicas nos estritos termos do edital, e opinando pelo desprovimento daqueles.

É a síntese do necessário.

### 3. Do Direito

Conforme se verifica dos autos, a alegação de ausência de justificção expressa das notas dadas pela subcomissão técnica foi saneada por meio do atendimento de diligência. É o que se verifica dos documentos juntados às fls. 131 a 191. Sendo assim, a própria Administração, por meio do mesmo órgão (subcomissão técnica) que promoveu o julgamento das propostas técnicas, explicitou os motivos que haviam levado a dar as notas registradas na sessão de julgamento.

*[Handwritten signature]* . 3

*[Handwritten signature]*



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Procuradoria-Geral



Verifica-se na espécie, aquilo que em Direito Administrativo convencionou-se chamar de convalidação do ato administrativo. Este é possível, segundo entendimento mais atualizado, desde que não implique prejuízo para terceiro. E prejuízo não existe, eis que não se verifica na nova manifestação da subcomissão técnica alteração das notas anteriormente atribuídas. Promoveu tal órgão em razão de diligencia provocada pela Administração, uma simples explicitação dos motivos anteriormente utilizados, nos termos determinados pelo art. 11, § 4º, IV, da Lei n.º 12.232, de 29/04/2010 (lei que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda). Nos termos do indigitado comando legal, o processo de licitação regido pela referida lei, deverá conter ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a *justificativa escrita das razões* que as fundamentaram em cada caso.

A possibilidade de saneamento de um ato administrativo, desde que não implique prejuízo a terceiro, encontra-se positivado na Lei n.º 9.784, de 29/01/1999, a qual regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal. O art. 55 do referido diploma legal, que cristaliza no plano normativo federal entendimento doutrinário que pode ser observado também pela Administração de outros entes federados, encontra-se assim vazado:

**Art. 55.** Em decisão na qual se evidencie não acarretarem lesão ao interesse público nem prejuízo a terceiros, os atos que apresentarem defeitos sanáveis poderão ser convalidados pela própria Administração.

Como se não bastasse, vale lembrar o disposto no inciso I do art. 71 da Nova Lei de Licitações e Contratos (Lei n.º 14.133, de 01/04/2021), *in verbis*:



Art. 71. Encerradas as fases de julgamento e habilitação, e exauridos os recursos administrativos, o processo licitatório será encaminhado à autoridade superior, que poderá:

I - determinar o retorno dos autos para saneamento de irregularidades;

Vê-se que o saneamento de irregularidades, quando possível, mais do que mera recomendação doutrinária, é uma determinação da nova legislação sobre licitações, não havendo motivo para afastar a adoção de tal diretriz no âmbito do presente certame.

Quanto à reavaliação das notas que tiverem entre si margem de diferença superior a 20% (vinte por cento), refere-se tal diferença às notas individualmente atribuídas a cada um dos quesitos, e não à nota global. É o que se verifica, aliás, de interpretação meramente gramatical do disposto no art. 6º, VII, da Lei n.º 12.232/2010, que se encontra assim vazado:

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2o, e às seguintes:

[...]

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1o do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima **do quesito**, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório; (grifos nossos)

De forma clara a lei determina que a pontuação dos quesitos, e não a pontuação final, e que enseja uma reavaliação da subcomissão. A propósito, afirma esta última expressamente à fl. 194 dos presentes autos que "não há diferente que supere 20% (vinte por cento) entre as notas atribuídas às agências".

Também não há que se dar provimento às alegações de descumprimento de requisitos pontuais do edital se forem totalmente



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Procuradoria-Geral



incapazes de alterar o conjunto das notas atribuídas a todas as licitantes. Nesse sentido, observa a subcomissão técnica também à fl. 194 que "todas as licitantes participantes do certame cumpriram 100% (cem por cento) dos quesitos previstos no edital, incluindo-se as das licitantes Tempo Brasil Comunicação Ltda e Criação Propaganda e Publicidade Ltda".

Quanto à cotação dos custos de veiculação, utiliza-se, nos termos do item 4.2.3.1.5 do edital, tabela referencial da própria Câmara Municipal de Blumenau, e não do Sindicato das Agências de Propaganda - SINAPRO (isso por determinação do próprio Ministério Público Estadual, aliás). Além do mais, não existe obrigação de que os valores da tabela sejam usados de forma integral, podendo sobre eles as licitantes oferecerem descontos sobre os valores da tabela que entenderem mais adequados, e sem nenhum tipo de limitador.

Não se verificando, igualmente, extrapolação do número de peças publicitárias apresentadas pela proposta técnica da licitante sagrada vencedora, opina-se, então, pelo complemento desprovido dos pedidos apresentados nos recursos ora analisados.

#### 4. Conclusão

Ante o exposto, opina-se pelo recebimento dos recursos apresentados pelas licitantes Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda e Engenho das Ideias Comunicação Ltda junto ao processo licitatório de concorrência n.º 01-2024.

No mérito, opina-se pelo complemento desprovido de ambos os recursos.

Blumenau, 27 de novembro de 2024.

André de Sousa Roepke

Procurador



Câmara Municipal de Blumenau  
Estado de Santa Catarina  
Procuradoria-Geral

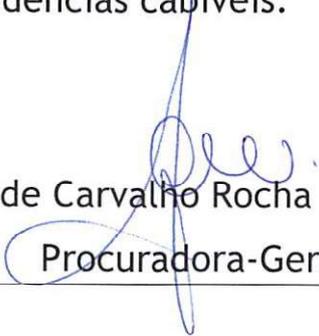


Em despacho:

Aprovo Parecer Jurídico n.º 73/24 exarado pelo Procurador André de Sousa Roepke, nos autos da Concorrência n.º 01-2024, a respeito dos recursos apresentados por Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda e Engenho das Ideias Comunicação.

À Coordenação de Licitações para conhecimento da presente manifestação e tomada das demais providências cabíveis.

Blumenau, 27/11/2024.

  
Thaiz de Carvalho Rocha Zahn Silva  
Procuradora-Geral



**Câmara Municipal de Blumenau**  
**Estado de Santa Catarina**  
**Diretoria Geral**



Em despacho:

Acato o Parecer Jurídico nº 73/24, exarado pela Procuradoria Geral da Câmara nos autos do Processo Licitatório Concorrência nº 01/2024, o qual uso como razão de decidir. Decido pelo recebimento dos recursos apresentados por Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda. e Engenho de Ideias Comunicação Ltda., mas no mérito pelo completo desprovimento de ambos. À Presidente da Comissão de Licitação para conhecimento da presente decisão e tomada das providências cabíveis.

Blumenau, 28 de novembro de 2024.

Almir Vieira

**Presidente da Câmara Municipal de Blumenau**