



## **CONCORRÊNCIA Nº 01/2023 – CREA-PA**

**PROCESSO Nº 506494/2023**

### **ATA DA 1º REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2023 – CREA-PA**

Aos quinze dias do mês de junho de dois mil e vinte e três, às onze horas, no auditório Engenheiro Civil Lourival Baia, do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Pará, localizado na Travessa Doutor Moraes, nº 194, bairro Nazaré, Belém-PA, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica do Edital Concorrência Pública nº 01/2023, Raissa Fernandes Rebelo – Jornalismo (Profissional Vinculado ao CREA-PA), Renan Raiol Aires - Comunicação Social (1º Membro sem vínculo com o CREA-PA) e Christian Maciel Reis – Jornalismo (2º membro sem Vínculo com o CREA-PA) para avaliar os envelopes, após receberem da comissão de licitação, contendo a Via não identificada do plano de Comunicação Publicitária entregues pelas Licitantes à CPL na Seção pública da Concorrência nº 01/2023-UASG 389426, realizada no dia 29/05/2023, para contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços publicitários ao CREA-PA.

Os titulares da subcomissão fizeram a primeira análise e julgamento das propostas técnicas das licitantes estabelecidas no edital, cujo objeto é a " *Contratação de agência de publicidade e propaganda para prestação de serviços publicitários, objetivando atender às demandas Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado do Pará – CREA/PA, englobando o estudo, planejamento, a criação, a supervisão da produção e a distribuição de campanhas publicitárias aos veículos e meios de divulgação, além de intermediação com os diversos veículos de comunicação, bem como das demais atividades complementares, conforme especificado e quantificado no Anexo I – Termo de Referência do Edital.*"



Foram entregues pela comissão especial de licitação os invólucros 1(Plano de Comunicação Publicitária- via não identificada), que foram pré-identificados pela subcomissão apenas como propostas 1, 2, e 3.

Em seguida os membros da subcomissão discorreram 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 Publicitária.

Abaixo, apresentamos um breve relatório da avaliação:

### **Raciocínio Básico**

Na primeira proposta, encontramos o texto com diagnóstico e interpretação corretos sobre a instituição, seus desafios e problemas de comunicação conforme apresentados no briefing.

Na segunda proposta, a licitante apresentou boa análise do Sistema Confea/Crea, porém faltou desenvolver melhor o desafio e objetivos expressos nesse subquesto.

Na terceira proposta, apresentou um bom diagnóstico dos desafios e compreensão das necessidades.

### **Estratégia de comunicação**

Na primeira proposta, o conceito apresentado é simples e direto, de fácil compreensão tanto por parte daqueles que compõem o CREA quanto à sociedade em geral. A estratégia também destaca o nome por extenso da instituição, "Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Pará", o que é pertinente uma vez que a sigla não é de conhecimento de todos. Estratégia coerente e exequível para a solução dos objetivos da comunicação, conforme o briefing.

Na segunda proposta, a licitante usou muito a palavra entidade, sendo que o CREA-PA é uma autarquia federal responsável pela fiscalização de atividades profissionais nas várias modalidades da Engenharia, Agronomia



e Geociências. E usou uma estratégia para canal de WhatsApp, que não ficou muito claro como seria feito.

Na terceira proposta, a licitante usou a estratégia de e-mail marketing, visto que no CREA-PA já tem essa ferramenta de disparo de e-mails em bloco. Foi apresentado outras ferramentas para fortalecer a imagem do Conselho, sendo o mais interessante, a mídia TV indoor, que transmite a mensagem do filme publicitário da campanha.

### **Ideia Criativa**

A proposta 1, apresenta textos e layout adequados à estratégia de comunicação, com leitura simples e direta, além de esteticamente bem apresentada. Destaca as profissões atendidas pela instituição, mas também tem apelo à sociedade em geral.

A proposta 2, apresenta uma arte pouco impactante, com muito texto na ideia da revista. Nas artes de carrossel, a licitante apresentou umas peças com fonte vazadas, não explorou o briefing. E utilizou a engrenagem, o que é um pouco clichê.

Na proposta 3, a ideia é bem interessante, apresentou personagens de várias atividades profissionais, porém utilizou a cor azul e laranja, personagens com traços orientais e o utilizou a minerva no fundo amarelo, que poderia ser azul pra referenciar a logomarca do CREA-PA.

### **Estratégia de mídia e não mídia**

Na proposta 1, a licitante apresentou uma estratégia que engloba os diversos públicos solicitados do briefing, atendendo as necessidades do Conselho.


Na proposta 2, uma das estratégias da licitante, que achamos interessante, foi um vídeo de 60" para Youtube, porém prometeu aplicar 20% da verba total de mídia digital nesta rede durante 60 dias, o que achamos ser muito.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO PARÁ - CREA-PA**  
Trav. Dr. Moraes nº. 194 - Nazaré - Belém-PA - 66.035-080  
www.creapa.com.br – licitacoes@creapa.com.br


---

Na proposta 3, apresentou uma estratégia bastante estruturada e robusta, utilizando a mídia OOH - Out of home, atingindo diversos públicos do briefing.

Documento assinado digitalmente  
 RAISSA FERNANDES REBELO  
Data: 28/06/2023 11:38:54-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>


---

Raissa Fernandes Rebelo  
Titular

Documento assinado digitalmente  
 RENAN RAIOL AIRES  
Data: 29/06/2023 09:03:53-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Renan Raiol Aires  
Titular

Documento assinado digitalmente  
 CHRISTIAN MACIEL REIS  
Data: 28/06/2023 13:31:36-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Christian Maciel Reis  
Titular