



CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

ESCLARECIMENTOS - CFM/SECRETARIA-GERAL/CFM/COADM/CFM/COLIC

Seguem esclarecimentos referente à Concorrência CFM Nº 001/2023 (Contratação de serviços de PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA).

Prezados licitantes e subcomissão técnica,

Informamos que foi constatado **erro material** no item 8.3.1 (a1; c) do edital e no item 12.3.1 do Termo de Referência. Conforme item 12.3.2, a pontuação máxima para *Raciocínio Básico* será de 5 (cinco) pontos, enquanto para *Estratégia de Mídia e Não Mídia* a pontuação máxima será de 15 (quinze) pontos.

Informamos que a pontuação será atribuída conforme informações pormenorizadas no item **12.3.2 do Termo de Referência**.

Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá, no máximo, os seguintes pontos a cada atributo dos sub quesitos do Plano de Comunicação Publicitária:

Quesito	Subquesito	Atributo	Pontos
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico (A)	A1) atuação do CFM nos contextos social, político, técnico e epidemiológico	1,0
		A2) as características da atuação do CFM e a importância da comunicação para o alcance de suas metas	1,0
		A3) desafio de comunicação expresso no Briefing	2,0
		A4) objetivos de comunicação expressos no Briefing	1,0
	Estratégia de Comunicação Publicitária (B)	B1) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da comunicação publicitária do CFM e ao desafio de comunicação expresso no Briefing;	7,0
		B2) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	4,0

	B3) riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação publicitária do CFM com seus públicos	2,0
	B4) adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar; proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing	7,0
	B5) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	3,0
	B6) capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação publicitária do CFM, o desafio de comunicação expresso no Briefing, seus públicos, os objetivos de comunicação e a verba disponível	2,0
Ideia Criativa (C)	C1) adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing	5,0
	C2) adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante	3,0
	C3) adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	1,0
	C4) multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	2,0
	C5) originalidade da combinação dos elementos que a constituem	3,0
	C6) simplicidade da forma como se apresenta	2,0
	C7) pertinência às atividades de comunicação publicitária do CFM	3,0
	C8) desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados	3,0
	C9) exequibilidade das peças e/ou dos materiais	1,0
	C10) compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos	2,0
Estratégia de Mídia e Não Mídia	D1) conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários	2,0
	D2) capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	2,0

	D3) consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores	4,0
	D4) pertinência, oportunidade e economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do CFM	1,0
	D5) economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais	3,0
	D6) otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	3,0

Ressaltamos que o presente erro material não interferirá no resultado do julgamento sendo perceptível à primeira vista.

Atenciosamente,

Noelyza Vieira

Presidente da Comissão de Licitação



Documento assinado eletronicamente por **Noelyza Peixoto Brasil Vieira, Agente de Contratação**, em 15/03/2024, às 11:35, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.cfm.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **0849216** e o código CRC **9A214ED3**.



SGAS, Qd. 616 Conjunto D, lote 115, L2 Sul - Bairro Asa Sul | (61) 3445-5900

CEP 70.200-760 | Brasília/DF - <https://portal.cfm.org.br>

Referência: Processo SEI nº 23.0.000005121-7 | data de inclusão: 11/03/2024