

**ATA DA REUNIÃO DO JULGAMENTO GERAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (INVÓLUCROS 02 E 03) DAS LICITANTES PARTICIPANTES DA CONCORRÊNCIA Nº 19/01.00010 - Interessado: Coordenação de Comunicação e Marketing - Objeto: Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda para atender as demandas do Sesc Goiás. Aos SEIS dias do mês de MAIO do ano de DOIS MIL E DEZENOVE, às 14:00 horas, no SESC SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO, DEPARTAMENTO REGIONAL DE GOIÁS – GESTÃO COMPARTILHADA, com endereço sito a Rua 31-A, Q. 26-A, L. 27-E, nº 43, Bloco C – Setor Aeroporto – Goiânia/GO, reuniram-se a Comissão Especial de Licitação, designada pela Ordem de Serviço nº. 021/2019, composta pelas Senhoras: Aretéia Machado Rezende e Silva – Presidente da Comissão de Licitação, Karlla Cristhina Rodarte, Andreia Soares da Silva e Eliane Avelar de Miranda Bastos, componentes da Comissão de Licitação no Espaço Cultural – Bloco “C”, para procederem à sessão de o julgamento geral das Propostas Técnicas, de acordo com as especificações contidas no instrumento convocatório. **Abertura da Reunião:** A Presidente da Comissão de Licitação, Sra. Aretéia Machado Rezende e Silva, iniciou os trabalhos dando as boas vindas aos componentes da Comissão de Licitação. Na oportunidade lembrou a todos que nesta sessão deverá ser elaborado o julgamento geral das Propostas Técnicas, o qual será publicado na forma do item 2.5 deste Edital, com a indicação das proponentes classificadas e dos desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação. Em ato contínuo a Presidente da Comissão registra que a classificação das propostas técnicas será realizada em conformidade com o disposto no item 12, subitens 12.3.5 do Instrumento Convocatório, que diz: “A nota de cada Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária + Conjunto de Informações Técnicas) corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos pelos quesitos”, e que a desclassificação será realizada em conformidade com o disposto no subitem 12.4 que diz: “Será desclassificada a Proposta que: a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos; b) não alcançar 60 (sessenta) pontos; c) **obtiver nota 0 (zero) em qualquer um dos quesitos e subquesitos a que se referem os itens e/ou subitens 12.2.1.1, 12.2.1.2, 12.2.1.3, 12.2.1.4, 12.2.2.1, 12.2.2.2, 12.2.2.3.**” Conforme planilha em anexo parte integrante desta ata. Diante do exposto, a Comissão de Licitação considerou CLASSIFICADAS em ordem decrescente as propostas técnicas a seguir: 1) STYLUS PROPAGANDA E CONSULTORIA EIRELI - 77,56 pontos; 2) LOGOS PROPAGANDA LTDA – 72,34 pontos; 3) PROPAGANDA DESIGUAL LTDA – 70,19 pontos; 4) CANNES PUBLICIDADE LTDA – 68,21 pontos; 5) MANCINI COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI – 66,87 pontos; 6) NETMIDIA COMUNICAÇÃO MARKTING LTDA – 66,50 pontos. E foi DESCLASSIFICADA: 1) OSLO COMUNICACAO DIGITAL LTDA – 13,61 pontos; referente ao involucro 03. **DOS PROCEDIMENTOS FINAIS:** A Presidente salientou que abrir-se-á o prazo recursal conforme previsto no subitem 19.3, alínea “j” do instrumento convocatório que diz: “ f) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 2.5 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso”. Nada mais havendo a tratar, a Presidente da Comissão, encerrou a sessão às **14h45m**, oportunidade em que foi lavrada, lida e aprovada esta Ata, que vai assinada pelos componentes da Comissão Especial de Licitação.**

*Aretéia M. Rezende e Silva*  
Aretéia Machado Rezende e Silva  
Presidente da Comissão de Licitação

*Karlla Cristhina Rodarte*  
Karlla Cristhina Rodarte  
Componente da Comissão de Licitação

*Andreia Soares da Silva*  
Andreia Soares da Silva  
Componente da Comissão de Licitação

*Eliane Avelar de Miranda Bastos*  
Eliane Avelar de Miranda Bastos  
Componente da Comissão de Licitação



MAPA DE ANÁLISE / PONTUAÇÃO - PROPOSTAS TÉCNICAS  
CONCORRÊNCIA Nº 19/01.00010

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER AS DEMANDAS DO SESC GOIÁS.

REQUISITOS TÉCNICOS		EMPRESA PARTICIPANTES							
12.2.1.1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO	a) das fontes e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico: 2 (dois) pontos	CANIES PUBLICIDADE LTDA	NETNIDA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	LOGUS PROPAGANDA LTDA	STILUS PROPAGANDA E CONSULTORIA EIRELI	MANCINI COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI	PROPAGANDA DESIGUAL LTDA	OSLO COMUNICAÇÃO DIGITAL	ESPAÇO NOBRE COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA
	b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos: 2 (dois) pontos c) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação: 2 (dois) pontos	1) "Fazer por você e o que fazemos de melhor" MÉDIA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO	2) "O mundo Sesc no meu mundo" MÉDIA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO	3) "Felicidade é ter um cartão sem limites" MÉDIA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO	4) "O Sesc pensa em você" MÉDIA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO	5) "Onde tem Sesc tem você" MÉDIA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO	6) "O Sesc é mais do que você imagina" MÉDIA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO	7) O Sesc é muito mais do que você imagina MÉDIA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO	8) Vem correndo aproveitar MÉDIA DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO
	d) dos desafios ou dos problemas de comunicação a serem enfrentados pelo anunciante: 2 (dois) pontos e) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esses desafios ou problemas: 2 (dois) pontos	8,33	6,75	9,42	9,65	6,78	9,27	DESCLASSIFICADA	DESCLASSIFICADA
<b>12.2.1.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</b>		Máximo de 15 (quinze) pontos							
a) a adequação da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos à natureza e à finalidade do anúncio e a seus (desafio(s) ou problema(s)), geral e ou específico, de comunicação: 03 (três) pontos									
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos: 03 (três) pontos									
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos: 03 (três) pontos		11,38	11,42	12,67	14,68	10,35	11,38	DESCLASSIFICADA	DESCLASSIFICADA
d) a adequação e a adequabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante: 03 (três) pontos									
e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desafiados em referência à verba disponível: 03 (três) pontos									
<b>12.2.1.3. IDEIA CRIATIVA</b>		Máximo de 15 (quinze) pontos							
a) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária e aos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação do anunciante: 03 (três) pontos									
b) sua adequação ao universo cultural do público-alvo e a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 03 (três) pontos									
c) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta e os desdobramentos comunicacionais que abrange, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 03 (três) pontos		12,77	12,5	13,2	14,32	13,22	12,27	DESCLASSIFICADA	DESCLASSIFICADA
d) a originalidade de combinação dos elementos que a constituem: 02 (dois) pontos									
e) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico: 02 (dois) pontos									
<b>12.2.1.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E MÍDIA</b>		Máximo de 10 (dez) pontos							
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 02 (dois) pontos									
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 02 (dois) pontos		7,48	8,33	7,45	9,73	6,87	8,27	DESCLASSIFICADA	DESCLASSIFICADA
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material e a economicidade de aplicação da verba de mídia, em relação às duas alternativas arrojadas: 02 (dois) pontos									
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação disponíveis ao anunciante: 02 (dois) pontos									
e) a otimização de mídia alternativa e digital: 02 (dois) pontos									
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DA CAMPANHA</b>		39,96	39,00	42,74	48,38	37,22	41,18	DESCLASSIFICADA	DESCLASSIFICADA

Handwritten marks and signatures at the bottom of the page.

12.2.2. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS		Máximo de 30 (trinta) pontos							
12.2.2.1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		Máximo de 10 (dez) pontos							
a) o porte e a abrangência dos clientes atuais do licitante e o controle de seus produtos e serviços no mercado	02 (dois) pontos								
b) a experiência e a adequação das qualificações dos profissionais do licitante em atividades publicitárias	02 (dois) pontos	9,75	9,20	9,80	9,58	9,65	9,85	6,15	
c) a adequação das instalações, de infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	02 (dois) pontos								
d) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e o licitante, esboçado na proposta.	02 (dois) pontos								
e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação das pesquisas de audiência e de auditoria de circulação e controle de mídia que o licitante colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	02 (dois) pontos								
<b>12.2.2.2. REPERTEÓRIO - 10 (DEZ) PONTOS</b>		Máximo de 10 (dez) pontos							
a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que o licitante se propôs a resolver.	04 (quatro) pontos								
b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material.	04 (quatro) pontos	8,75	8,55	9,80	10,00	10,00	9,65	4,73	
c) a quantidade da exposição das informações prestadas.	03 (três) pontos								
<b>12.2.3. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO</b>		Máximo de 10 (dez) pontos							
a) a evidência de planejamento publicitário.	03 (três) pontos								
b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	03 (três) pontos	9,75	9,75	10,00	9,60	10,00	9,5	2,73	
c) a relevância dos resultados apresentados.	04 (quatro) pontos								
<b>TOTAL</b>		<b>28,25</b>	<b>27,50</b>	<b>29,60</b>	<b>29,18</b>	<b>29,65</b>	<b>29,00</b>	<b>13,61</b>	<b>DESCLASSIFICADA</b>
<b>PONTUAÇÃO TOTAL DO REQUISITO TÉCNICO</b>									
<b>PONTUAÇÃO TOTAL = Plano de Comunicação Publicitária + Conjunto de Informações Técnicas</b>		<b>68,21</b>	<b>66,50</b>	<b>72,34</b>	<b>71,56</b>	<b>66,87</b>	<b>70,19</b>	<b>13,61</b>	<b>DESCLASSIFICADA</b>

*Artemio M. Rezende*  
Artemio Machado Rezende e Silva  
Presidente da Comissão de Licitação

*Andréia S. Silva*  
Andréia Soares da Silva  
Componente da Comissão de Licitação

*Katella Roberto*  
Katella Cristina Roberto  
Componente da Comissão de Licitação

*Eliane Avelar*  
Eliane Avelar de Miranda Bastos  
Componente da Comissão de Licitação