

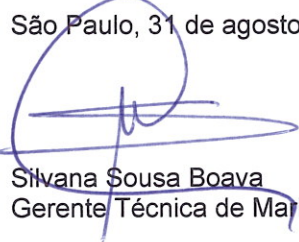
Ata de Comissão Técnica Referente ao Julgamento da Proposta do Envelope "A"
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
Concorrência - Edital nº 001/2022 – Técnica e Preço

No dia 31 de agosto de 2022, os membros da Comissão Técnica, Silvana Sousa Boava e Luis Antonio Schmidt, nomeados pela Portaria nº011/2022 e Aline Coppini, reuniram-se para avaliação e julgamento das propostas técnicas apócrifas da empresa participante da licitação em epígrafe, modalidade Concorrência, tipo Técnica e Preço, cujo objeto cinge-se na contratação de (uma) empresa especializada em publicidade e propaganda para prestar serviços, sob demanda, ao Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo (SESCOOP/SP), pelo período de 12 (doze) meses, incluindo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de produtos de comunicação e publicidade, planejamento e execução de ações de marketing, endomarketing e de divulgação institucional, monitoramento de imagem na mídia em geral e redes sociais, compra de mídia, distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, conforme condições e especificações constantes no Termo de Referência e nos demais documentos inerentes à referida contratação. A Comissão Técnica recebeu da Comissão de Licitação do SESCOOP/SP os envelopes "A – VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA" de 01 (uma) licitante e procedeu a análise e julgamento da proposta. Com base nos critérios amplamente divulgados no edital de licitação, utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas de comunicação e publicidade, a Comissão Técnica pontuou a licitante, conforme consta na tabela abaixo e no detalhamento anexo com as respectivas justificativas (ANEXO 1).

SUBITEMS	Pontuação máxima de cada quesito	LICITANTE A
Raciocínio Básico	10	9
Estratégia de Comunicação	25	23,5
Ideia Criativa	25	23,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	9
Penalidade (se houver)	-	0
NOTA TÉCNICA (ENVELOPE A)	70	65
NOME DA AGÊNCIA (Só será conhecido após a abertura do Envelope "B")		

Não havendo mais nada a registrar, lavrou-se a presente ata que segue assinada por todos os integrantes da Comissão Técnica.

São Paulo, 31 de agosto de 2022.


Silvana Sousa Boava
Gerente Técnica de Marketing


Luis Antonio Schmidt
Gerente Geral


Aline Coppini
Consultora

1 de 5

Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo
no Estado de São Paulo
Rua Treze de Maio, 1376 - Bela Vista
01327-002 - São Paulo - SP


www.sescoopsp.coop.br

ANEXO 1 – Envelope A
Plano de Comunicação Publicitária Apócrifo
Pontuação máxima dos subitens 1+2+3+4:70 pontos

SUBITEM 1:		Pontuação máxima do subquesto	LICITANTE A
RACIOCÍNIO BÁSICO			
SUBQUESTOS AVALIADOS	a) Conhecimento da história e da natureza institucional do SESCOOP, suas atividades e principais linhas de produtos e serviços, o contexto do cooperativismo, as instituições que representam o movimento no Brasil e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	2	2
	b) Acuidade de compreensão das funções e do papel do SESCOOP nos contextos social, político e econômico.	2	2
	c) Compreensão da extensão, qualidade e formas do relacionamento do SESCOOP com seus públicos.	2	1,5
	d) Compreensão dos desafios e do problema de comunicação do SESCOOP a ser enfrentado.	2	2
	e) Compreensão das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esses desafios ou problemas.	2	1,5
Pontuação obtida no subitem 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO		10	9

SUBITEM 2:		Pontuação máxima do subquesto	LICITANTE A
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO			
SUBQUESTOS AVALIADOS	a) A adequação da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do SESCOOP e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	5	5
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos.	5	5
	c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do SESCOOP com os seus públicos.	5	3,5
	d) A exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação do SESCOOP e a qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital.	5	5
	e) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação definidos no briefing e a verba disponível.	5	5
Pontuação obtida no subitem 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO		25	23,5

SUBITEM 3:		Pontuação máxima do subquesto	LICITANTE A
IDEIA CRIATIVA			
SUBQUESTOS AVALIADOS	a) A sua adequação à estratégia de comunicação publicitária e aos desafios ou problemas, gerais e/ou específicos, de comunicação do SESCOOP.	5	4,5
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos do SESCOOP e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados.	5	4,5
	c) A abrangência dos segmentos de público contemplada por essas interpretações, a 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.	5	4,5
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4	4
	e) Sua pertinência às atividades do SESCOOP e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	3	3
	f) A exequibilidade das peças e a sua compatibilização aos meios propostos.	3	3
Pontuação obtida no subitem 3 - IDEIA CRIATIVA		25	23,5

SUBITEM 4:		Pontuação máxima do subquesto	LICITANTE A
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA			
SUBQUESTOS AVALIADOS	a) Conhecimento dos hábitos de comunicação dos segmentos de público prioritários do SESCOOP e capacidade analítica evidenciada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da estratégia de mídia.	2	1
	b) Coerência na integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada.	2	2
	c) Consistência do plano de mídia / distribuição das peças e/ou do material e a economicidade da aplicação da verba de mídia na simulação proposta.	2	2
	d) Pertinência, oportunidade e criatividade demonstradas ao propor o uso de recursos de comunicação próprios do SESCOOP.	2	2
	e) Inovação, coerência, economicidade e conhecimento demonstrados ao propor a utilização e otimização de mídias segmentadas, alternativas, digitais e de massa para atingir os objetivos de comunicação.	2	2
Pontuação obtida no subitem 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA		10	9

Quadro consolidado

SUBITENS	Pontuação máxima de cada quesito	LICITANTE A
Raciocínio Básico	10	9
Estratégia de Comunicação	25	23,5
Ideia Criativa	25	23,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	9
Penalidade (se houver)	-	0
NOTA TÉCNICA (ENVELOPE A)	70	65
NOME DA AGÊNCIA (Só será conhecido após a abertura do Envelope "B")		

Justificativa das notas da licitante

Conforme as regras explicitadas no item 9.2 do edital, a Comissão Técnica analisou a proposta apócrifa (envelope A) e para cada um dos quesitos de julgamento foram observados os critérios estabelecidos. A Comissão Técnica julgou a proposta com base nas informações evidenciadas pela agência licitante quanto ao cumprimento de cada critério, de acordo com a escala de julgamento apresentada no item 9.3 do edital, que considera quatro níveis de proficiência e suas descrições únicas sobre a expectativa para cada nível da escala, sendo:

ESCALA PARA JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA			
Níveis de Proficiência		Evidências quanto ao conteúdo apresentado	Escala de pontuação
NA	Não Atende	• Não atende ou atende minimamente aos critérios • Apresenta qualidade muito abaixo do esperado • O conceito não está claro, não está bem defendido ou sugere leitura desfavorável ao SESCOOP • Apresenta informações imprecisas ou inconsistentes	De 0% a 30% da pontuação do critério
AP	Atende Parcialmente	• Atende parcialmente aos critérios do edital • Atende com padrão de qualidade regular • Limita-se a repetir informações do briefing	Acima de 30% até 60% da pontuação do critério
AR	Atende com Ressalvas	• Atende aos critérios formais do edital com ressalvas • Apresenta análise pouco além do briefing • O conceito apresentado expande as qualidades positivas da marca SESCOOP • A estratégia é focada em resolver o problema de comunicação • Apresenta evidências de inovação razoavelmente expressivas	Acima de 60% até 90% da pontuação do critério

EX	Atende com Excelência	• Atende plenamente aos critérios estabelecidos pelo edital • Atende ao objetivo do briefing, superando o padrão estabelecido • Apresenta análise consistente e extrapola as informações do edital e seus anexos • Apresenta proposta para solucionar bem o problema de comunicação • Estabelece inovação efetiva para atendimento ao problema de comunicação • A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas • Apresenta dados relevantes inerentes ao SESCOOP e ao cooperativismo no Brasil • Estabelece novos padrões de atuação e/ou desempenho • Apresenta conceito inovador, que cria posição única e expande as qualidades positivas da marca SESCOOP	Acima de 90% até 100% da pontuação do critério
----	-----------------------	---	--

Licitante A

Quanto ao Raciocínio Básico: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento aos subquestos “a”, “b” e “d” atendem no nível de excelência; e os conteúdos dos subquestos “c” e “e” atendem com ressalvas.

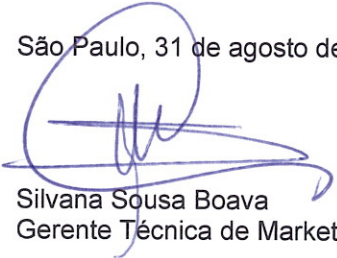
Quanto à Estratégia de Comunicação: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento aos subquestos “a”, “b”, “d” e “e” atendem no nível de excelência; e o conteúdo do subquesto “c” atende parcialmente.

Quanto à Ideia Criativa: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento aos subquestos “a”, “b” e “c” atendem com ressalvas; e os conteúdos dos subquestos “d”, “e” e “f” atendem no nível de excelência.

Quanto à Estratégia de Mídia e Não Mídia: o conteúdo apresentado pela licitante no atendimento ao subquesto “a” atende parcialmente; e os conteúdos dos subquestos “b”, “c”, “d” e “e” atendem no nível de excelência.

São essas as justificativas de notas decorrentes da análise da Comissão Técnica.

São Paulo, 31 de agosto de 2022


Silvana Sousa Boava
Gerente Técnica de Marketing


Luis Antonio Schmidt
Gerente Geral


Aline Coppini
Consultora

5 de 5