

ATA DA COMISSÃO TÉCNICA REFERENTE À AVALIAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA DE CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (ENVELOPE “C”) – CONCORRÊNCIA Nº 001/2025 – SESCOOP/GO.

Nos dias 16 e 22 de abril de 2025, na sede do SESCOOP/GO, reuniram-se os membros da Comissão Técnica **Fábio Alexandre Salazar Leite, Caio Fernando da Luz Miranda e Maria de Lourdes Hungria**, nomeados pela Portaria nº 007 de 14 de abril de 2025, para avaliação e julgamento das propostas técnicas referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Problemas de Comunicação das 3 (três) agências participantes da licitação em epígrafe, cujo objeto é a *contratação de 1 (uma) empresa especializada em publicidade e propaganda para prestar serviços, sob demanda, ao SESCOOP/GO, incluindo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, 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 e informar o público em geral e demais públicos de interesse*, conforme condições e especificações constantes no edital e seus anexos. A Comissão Técnica recebeu da Comissão Permanente de Licitação os “ENVELOPES C - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS” de todas as licitantes e procedeu a análise e julgamento das propostas. Foram identificadas as seguintes empresas concorrentes: **IDÉIAS ESTRATÉGICAS LTDA.**, **CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.** e **IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA.** Com base nos critérios amplamente divulgados no edital e utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas de comunicação e publicidade, a Comissão Técnica pontuou as licitantes, conforme consta na tabela abaixo, com as respectivas justificativas de perdas de pontos informadas na sequência e detalhadas no arquivo anexo:

SUBITEM	AGÊNCIA LICITANTE		
	IDÉIAS ESTRATÉGICAS LTDA.	CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA.
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (Nota máxima: 10 pontos)	3,5	9,4	8,6
REPERTÓRIO (Nota máxima: 10 pontos)	8,0	10,0	9,6
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (Nota máxima: 10 pontos)	10,0	10,0	5,0
NOTA TÉCNICA (Envelope C)	21,5	29,4	23,2
Penalidade aplicada	Desclassificada por descumprir o edital.		

No processo de análise dos conteúdos dos Envelopes C das licitantes, a Comissão Técnica constatou irregularidades na documentação das agências **IDÉIAS ESTRATÉGICAS LTDA.** e **IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA.**, conforme detalhado a seguir:

- A.** Sobre a proposta técnica da licitante **IDÉIAS ESTRATÉGICAS** constataram-se as seguintes desconformidades em relação às regras do edital:
- Descumprimento do subitem 10.3.2.1. do edital (caput)**, que determina a apresentação de “*Declaração de Qualificação da Equipe Técnica, em conformidade com o Anexo VII deste Edital, assinada pelo representante legal da licitante*”; **inobservância da orientação expressa na página 72 do edital** de que o Anexo VII é uma “*Declaração a ser emitida pela licitante, em papel que a identifique, e apresentada no Envelope da documentação comprobatória da sua Capacidade de Atendimento*”;
 - Descumprimento do disposto na alínea “a” do subitem 10.3.2.1. do edital**, que determina a indicação de profissionais para todos os perfis definidos na **TABELA 1 – Perfil e Experiência mínima**, do item 3.1 do Termo de Referência. Consta-se que licitante apresentou apenas uma relação quantitativa e qualitativa incompleta, que não contempla a indicação dos perfis de REVISOR e REDATOR. Ainda que mais adiante

no texto da proposta da licitante seja possível verificar que uma das profissionais citadas na lista simples desempenha o papel de redatora, não há qualquer menção no documento da licitante quanto ao perfil de revisor.

- c. **Descumprimento do disposto na alínea “c” do subitem 10.3.2.1.**, que exige a apresentação de “*cópias de certificados de conclusão de cursos de graduação*” para comprovar a escolaridade exigida no item 3.4 do Termo de Referência. A ausência da comprovação da formação acadêmica inviabiliza o julgamento técnico das exigências estabelecidas na alínea “c” do Quesito 5 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, do item 14.3, que estabelece a pontuação com base na “(...) *adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às exigências do edital*”. Dessa forma, não houve pontuação para esse quesito.
- d. **Descumprimento do subitem 10.3.2.2 do edital que exige a apresentação de Atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando ter a licitante prestado, no mínimo, serviços de criação, execução e produção de campanhas e peças publicitárias, informando o período do atendimento e a pontualidade no cumprimento das obrigações por ela assumidas, devendo, ainda, constar os dados da licitante (razão social e CNPJ), bem como dados do emissor como: nome da pessoa jurídica, CNPJ, endereço, telefone, nome completo/cargo/assinatura do declarante.**
- e. A licitante informou sobre prêmios recebidos, mas **não comprovou nenhuma premiação**, impossibilitando o julgamento técnico em conformidade com a alínea “e” da Quesito 5 do item 14.3, que estabelece a pontuação com base na “*comprovação de prêmios recebidos pela Licitante na produção de campanhas publicitárias*”. Dessa forma, não houve pontuação para esse quesito.
- f. A licitante **descumpriu o disposto no subitem 10.3.3.2. do edital**, que determina que cada peça do REPERTÓRIO seja acompanhada de sua respectiva ficha técnica “(...) *com assinatura do anunciante responsável, atestando a qualidade do trabalho executado pela agência*”. Por não haver assinatura, a informação fora das especificações não pode ser considerada no julgamento técnico, inviabilizando a pontuação desse quesito.
- B.** Sobre a proposta técnica da licitante **CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.**, não houve aplicação de penalidade. A licitante não alcançou a nota máxima na totalização do Quesito 4 – Capacidade de Atendimento porque não comprovou a quantidade plena de prêmios previstos na alínea “e”.
- C.** Sobre a proposta técnica da licitante **IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA.**, constataram-se as seguintes desconformidades:
- a. **Não cumpriu integralmente o disposto na alínea “c” do subitem 10.3.2.1.**, pois não apresentou certificado de graduação da profissional indicada pela licitante para atuar na função de redatora, exigida no item 3.4 do Termo de Referência, tendo apresentado apenas declaração emitida pela instituição de ensino. Com base no subitem 14.6.1, a Comissão de Licitação aplicou penalidade com a perda de 0,1 (um décimo) na pontuação do item de avaliação da qualificação do perfil de Redator.
- b. Em relação a premiações, a licitante apresentou prêmios recebidos por profissional que integra a agência, o que **não foi aceito como comprovação**, já que o edital define pontuação para comprovação de prêmios recebidos pela Licitante na produção de campanhas publicitárias. O único prêmio comprovado recebido pela licitante foi o de empresa revelação do ano, mas a pontuação da alínea “e” do Quesito 5 da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO exige no mínimo 3 prêmios no âmbito de Goiás para que o item seja pontuado.
- c. Na comprovação das alíneas “a” e “b” do Quesito 6, referente ao REPERTÓRIO, a licitante comprovou 15 (quinze) peças, mas **não apresentou nenhuma peça de endomarketing**. Por isso, foi pontuada proporcionalmente por 14 (catorze) peças válidas, conforme previsto no subitem 10.3.3.4 do edital.
- d. Na comprovação Quesito 7, referente ao RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, a licitante **não atendeu integralmente o subitem 10.3.4.1**, pois não apresentou relato “referente à

solução de problema de comunicação envolvendo estratégia de endomarketing (público interno)", tendo sido pontuada apenas por 01 (um) case válido.

Das penalidades aplicadas:

A licitante **IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA**, pelos motivos expostos, foi penalizada com a perda de 6,8 (seis vírgula oito) pontos.

A agência **IDÉIAS ESTRATÉGICAS LTDA** foi penalizada, conforme explicado, com a perda de 8,5 (oito vírgula cinco) pontos. Além disso, em obediência às regras editalícias, a licitante **IDEIAS ESTRATÉGICAS** não poderá prosseguir neste certame, sendo desclassificada com base no Subitem 14.6.2, que estabelece a penalidade da desclassificação para a licitante que "*não atender exigências do edital e seus anexos*"; e com base na alínea b da Quesito 5 do item 14.3 Critérios de Julgamento da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, que pune com desclassificação a licitante que não apresentar "*Nenhum atestado ou atestado fora de conformidade com o edital*".

Não havendo mais nada a deliberar, lavrou-se a presente ata que segue assinada por todos os integrantes da Comissão Técnica, devolvendo o processo à Comissão Permanente de Licitação para dar prosseguimento ao certame.

Goiânia, 22 de abril de 2025.

Membros da Comissão Técnica Especial de Licitação, nomeados pela Portaria Nº 007/2025, de 14/04/2025:


FÁBIO ALEXANDRE SALAZAR LEITE
Gerente
Gerência de Marketing – GEMAR


CAIO FERNANDO DA LUZ MIRANDA
Analista de Marketing
Gerência de Marketing - GEMAR


MARIA DE LOURDES HUNGRIA
Consultora Especialista em Comunicação e Marketing

Envelope C

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Pontuação dos Quesitos 5 + 6 + 7

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO			Pontuação máxima	IDÉIAS ESTRATÉGICAS LTDA.	CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA.
a)	Análise da relação de clientes atendidos pela Licitante	Até 5	0,5	-	-	-
		De 6 a 10	1,0	-	-	-
Mais de 10		1,5	1,5	1,5	1,5	
b)	Atestado(s) de capacidade técnica de clientes	Nenhum ou atestado fora de conformidade com o edital	Desclassificada	Não comprovou	-	-
		De 1 a 5 atestados válidos	0,5	-	-	-
		De 6 a 10 atestados válidos	1,0	-	-	-
		Mais de 10 atestados válidos	1,5	-	1,5	1,5
c)	Tempo de experiência dos profissionais da licitante nas funções por ela indicadas e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às exigências do edital	1 (um/a) Diretor(a) para coordenação geral	Até 6 anos	0,3	-	-
			Mais de 6 até 9 anos	0,4	0,0 Não comprovou Escolaridade	-
			A partir de 10 anos	0,5	-	0,5
		1 (um/a) Profissional de Planejamento	Até 6 anos	0,3	-	-
			Mais de 6 até 9 anos	0,4	0,0 Não comprovou Escolaridade	-
			A partir de 10 anos	0,5	-	0,5
		1 (um/a) Profissional de Atendimento	Até 6 anos	0,3	-	-
			Mais de 6 até 9 anos	0,4	0,0 Não comprovou Escolaridade	-
			A partir de 10 anos	0,5	-	0,5
	1 (um/a) Profissional de Criação	Até 3 anos	0,1	-	-	
		Mais de 3 até 5 anos	0,2	-	-	
		A partir de 6 anos	0,3	0,0 Não comprovou Escolaridade	0,3	
	1 (um/a) Redator	Até 6 anos	0,3	0,0 Não comprovou Escolaridade	-	
		Mais de 6 até 9 anos	0,4	-	-	
		A partir de 10 anos	0,5	-	0,5	
	1 (um/a) Revisor	Até 3 anos	0,1	0,0 Não informou profissional para esse perfil	-	
		Mais de 3 até 5 anos	0,2	-	-	
		A partir de 6 anos	0,3	-	0,3	
	1 (um/a) Profissional de Criação/ Produção para Comunicação Digital e Web	Até 3 anos	0,1	-	-	
		Mais de 3 até 5 anos	0,2	-	-	
		A partir de 6 anos	0,3	0,0 Não comprovou Escolaridade	0,3	
	1 (um/a) Profissional de mídia e não mídia	Até 6 anos	0,3	-	-	
		Mais de 6 até 9 anos	0,4	-	-	
		A partir de 10 anos	0,5	0,0 Não comprovou Escolaridade	0,5	
1 (um/a) Profissional de Arte-Finalista / Designer Gráfico	Até 3 anos	0,1	-	-		
	Mais de 3 até 5 anos	0,2	0,0 Não comprovou Escolaridade	-		
	A partir de 6 anos	0,3	-	0,3		
d)	A adequação da infraestrutura, instalações e recursos materiais	Comprovou	1,0	1,0	1,0	1,0
		Não comprovou	0	-	-	-
e)	A comprovação de prêmios recebidos pela Licitante na produção de	Premiações nacionais e/ou internacionais	Até 10	0,4	-	0,4
			De 11 a 20	0,7	-	0,0

Os prêmios informados foram recebidos

J. L. W.

campanhas publicitárias	Mais de 20	1,0	-	-	pele Diretor e não pela agência licitante.
	Premiações no âmbito de Goiás (no mínimo 3)	0,3	0,0 Informou, mas não comprovou	0,3 Comprovou 4 prêmios estaduais	0,0 Comprovou apenas 1 Prêmio
f)	Operacionalização da forma de atendimento a ser implementada pela agência na execução do contrato.	Relevância e utilidade das informações	0,5	0,5	0,5
g)	Descrição das informações de marketing e comunicação, pesquisa de audiência e de auditoria da circulação / controle de mídia, assim como possíveis ferramentas, aplicativos, bancos de imagens/dados e afins, a serem colocadas à disposição do SESCOOP/GO.	Relevância e utilidade das informações	0,5	0,5	0,5
Pontuação da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO			10 Pontos	3,5	9,4

	6. REPERTÓRIO	Pontuação máxima	IDÉIAS ESTRATÉGICAS LTDA.	CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA.
QUESTITOS AVALIADOS	a) Apresentação de até 15 (quinze) peças do seu repertório, de qualquer tipo ou forma e veiculação, evidenciando o desempenho na prestação de serviços publicitários, sendo pelo menos: <ul style="list-style-type: none"> • 1 (um) filme de TV • 1 (um) spot de rádio ou 1 (um) jingle • 1 (um) anúncio de jornal ou revista • 1 (uma) ação de internet (hotsite, banner, marketing viral ou outros) • 1 (uma) peça de mídia exterior (outdoor, mobiliário urbano, busdoor ou outros) • 1 (uma) peça de campanha de endomarketing 	4,0	4,0	4,0	3,7 Não apresentou peça de endomarketing (pontuação proporcional, conforme subitem 10.3.3.4)
	b) Apresentação de ficha técnica de cada peça, contendo breve descritivo indicando onde e quando a peça foi veiculada e assinatura do anunciante responsável, atestando a qualidade do trabalho executado pela agência;	2,0	0,0 Não apresentou referendo na ficha técnica	2,0	1,9 Não apresentou peça de endomarketing (pontuação proporcional, conforme subitem 10.3.3.4)
	c) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material analisado.	4,0	4,0	4,0	4,0
Pontuação do REPERTÓRIO		10 Pontos	8,0	10,0	9,6

	7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	Pontuação máxima por RELATO* válido	IDÉIAS ESTRATÉGICAS LTDA.	CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA.	
QUESTITOS AVALIADOS	a) O encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato	Case 1	1,0	1,0 Portal do Sol Noronha	1,0 70 anos do Sesi	1,0 62 Imóveis S/A e Lions Clubs
		Case 2	1,0	1,0 São Benedito (Raízes)	1,0 Grupo Conceito	0,0 Não evidenciou estratégia de endomarketing como exige o subitem 10.3.4.1.
	b) A evidência de planejamento publicitário, onde se compreenda o problema, as soluções encontradas, a ação implementada e os resultados alcançados	Case 1	1,5	1,5	1,0	1,5
		Case 2	1,5	1,5	1,0	0,0 Não evidenciou estratégia de endomarketing
	c) Apresentação de até 5 (cinco) peças para cada case com as respectivas fichas técnicas	Case 1	1,5	1,5	1,0	1,5
		Case 2	1,5	1,5	1,0	0,0 Não evidenciou estratégia de endomarketing
	Case 1	1,0	1,0	1,0	1,0	

Q

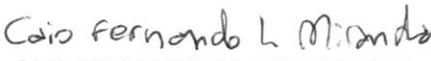
[Handwritten signature]

	d) A qualidade da execução das ações e/ou materiais promocionais desenvolvidos pela LICITANTE para seu cliente	Case 2	1,0	1,0	1,0	0,0 Não evidenciou estratégia de endomarketing
Pontuação dos RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO			10 Pontos	10	10	5,0
*Será permitida a apresentação de até 2 (dois) relatos, cada qual com até 5 peças de comprovações.						

Goiânia, 22 de abril de 2025.

Membros da Comissão Técnica nomeados pela Portaria Nº 007/2025, de 14/04/2025:


FÁBIO ALEXANDRE SALAZAR LEITE
Gerente
Gerência de Marketing - GEMAR


CAIO FERNANDO DA LUZ MIRANDA
Analista de Marketing
Gerência de Marketing – GEMAR


MARIA DE LOURDES HUNGRIA
Consultora Especialista em Comunicação e Marketing