

RETIFICAÇÃO - ANEXO I

Ao lançar as notas das licitantes na planilha, ao invés de lança-los na linha do quesito a), logo a frente de "desconto concedido sobre custos internos", os valores foram lançados na linha de baixo, dentro da fórmula contida nas células, por este motivo, para melhorar a visualização da nota de cada empresa, os valores foram lançados na linha correta.
 Da mesma forma, ao lançar dados no campo "Observações" abaixo da Planilha, foi equivocadamente informado que a empresa Casa Brasil Comunicação Estratégica Ltda teria ficado em 3º lugar quando na verdade ela foi classificada em 1º lugar, como consta dentro da tabela e na Ata da 3ª Sessão. Ainda, para melhor compreensão, no campo "Observações" foi feito referência ao item do Edital que tratava dos critérios que seriam utilizados em caso de empate.
 Sendo assim, feitas as devidas retificações, o **RESULTADO PERMANECE INALTERADO** e a tabela e o campo "Observações" passam a ter a seguinte redação:

PONTUAÇÃO PROPOSTA DE PREÇO			Pontuação de cada agência				
DESCONTO / HONORÁRIOS / REPASSE	NOTAS	Pontuação máxima	Referências	STYLUS PROPAGANDA E CONSULTORIA EIRELI	CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	NET MÍDIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.	CANNES PUBLICIDADE LTDA
a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás (entre 0% e 80%) b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SESCOOP/GO proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação (entre 5% e 15%) c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SESCOOP/GO NÃO proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação (entre 5% e 15%)	Desconto igual a 0,0%: N = 0,0	40 Pontos	Desconto concedido sobre custos internos	80	30	60	80
	Desconto superior a 0,0%: P1 = 0,5 x Desconto		Nota no quesito a)	40	15	30	40
	Honorários iguais ou superiores a 15%: N = 0,0	30 Pontos	Honorários incidentes	5	5	7,5	5
	honorários inferiores a 15%: P2 = 3,0 x (15,0 – Honorários)		Nota no quesito b)	30	30	22,5	30
	Honorários iguais ou superiores a 15%: N=0,0	30 Pontos	Honorários incidentes	5	5	7,5	5
	Honorários inferiores a 15%: P3 = 3,0 x (15,0 – Honorários)		Nota no quesito c)	30	30	22,5	30
	PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO	100 PONTOS		100	75	75	100
	PONTUAÇÃO FINAL PROPOSTA DE PREÇOS	(PESO 4)		40	30	30	40
	PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA	100 PONTOS		71,4	96,8	92,2	80,1
	PONTUAÇÃO FINAL PROPOSTA TÉCNICA	(PESO 6)		42,8	58,1	55,3	48,1
Pontuação TOTAL (TÉCNICA + PREÇO)				82,8	88,1	85,3	88,1
CLASSIFICAÇÃO FINAL				4ª	1ª	3ª	2ª

Observação: Uma vez que as empresas Casa Brasil Comunicação Estratégica Ltda e Cannes Publicidade Ltda empataram no resultado geral das propostas, foi usado como critério de desempate a nota obtida na Idéia Criativa, conforme previsto no item 11.3 do Edital, sendo as notas obtidas pelas empresas de 24,2 e 18,4 respectivamente, motivo pelo qual a empresa Casa Brasil Comunicação Estratégica Ltda foi classificada em 1º lugar.

