

**ATA DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
REFERENTE AO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS APÓCRIFAS
CONCORRÊNCIA Nº 01/2024 – Técnica e Preço**

Nos dias 03 e 04 de dezembro de 2024, a equipe da Subcomissão Técnica, composta pelas profissionais Andressa Oliveira Recchia, Renata Ramos de Almeida Borges e Paloma Fraga Medina, nomeadas pela Portaria nº 008/2024, reuniu-se na sede do SESCOOP/SC, para avaliação e julgamento das propostas técnicas das empresas participantes da licitação em epígrafe, cujo objeto dispõe na contratação de empresa especializada em live marketing (marketing de experiência/promocional) para prestação de serviços, sob demanda, de planejamento, conceituação criativa, concepção de peças promocionais, produção e logística de ações promocionais, gestão, organização, coordenação, operacionalização, assessoria e acompanhamento dos eventos, para atender as necessidades do SESCOOP/SC, conforme especificações constantes no Edital de Concorrência nº 01/2024 e seus anexos.

Essa Subcomissão recebeu da Comissão de Licitação o **ENVELOPE B – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA** de 01 (uma) licitante, de acordo com a Ata da Primeira Sessão Pública do certame, e identificou o seguinte partido temático: **1) COSTURANDO HISTÓRIAS, TRANSFORMANDO O FUTURO**. Com base nos critérios amplamente divulgados no Edital, a Subcomissão Técnica analisou e pontuou a proposta técnica apócrifa, conforme consta na tabela a seguir e em seu Anexo posteriormente:

Quesitos	Pontuação Máxima	Licitante 1 COSTURANDO HISTÓRIAS, TRANSFORMANDO O FUTURO
Raciocínio Básico	10	9,6
Estratégica de Marketing Promocional	20	17,4
Solução de Marketing Promocional	20	18,9
Plano de Implementação	15	9,7
SOMATÓRIO	65	55,6

Durante o processo de análise e julgamento da proposta técnica apócrifa, foi constatado que:

- A. Não foi informado três orçamentos para itens fora de planilha para implementação de ações sugerida em seu Plano apócrifo (papel semente, carpete, tablets e plantas), descumprindo o item 13.6 que especifica que “A contratação de itens não contemplados nas planilhas de itens “essenciais” e “não essenciais” deverá ser realizada mediante apresentação de, no mínimo, 3 (três) orçamentos originais (...)”, e o item 11 das orientações gerais do briefing, que determina que “Todas as iniciativas propostas no plano deverão ser condizentes com os itens de planilha constantes dessa contratação. Havendo necessidade de prever itens fora de planilha, a licitante deverá cuidar para que propostas orçamentárias de seus fornecedores não apresentem elementos que possibilitem a identificação da licitante, uma vez que a análise/julgamento da Subcomissão Técnica será feita mediante proposta apócrifa.”
- B. Não previu os valores de itens mencionados em seu Plano apócrifo como papel semente, carpete personalizado, tablets e plantas. Se fosse considerado os valores referenciais do edital para esses itens não listados pela licitante, o valor total do Plano de Implementação ultrapassaria o limite de

R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), definido no briefing, comprometendo a exequibilidade do plano desenvolvido.

Diante do exposto, considerando que, em uma situação real, tais erros poderiam comprometer a execução de um plano de ativação, a licitante foi penalizada com a perda de pontos na alínea e do Subquesto 2 – Estratégia de Marketing Promocional equivalente a 40% da nota máxima do subquesto e alínea a do Subquesto 4 – Plano de Implementação equivalente a 40% da nota máxima do subquesto.

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

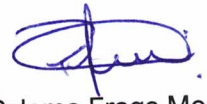
Florianópolis/SC, 04 de dezembro de 2024.



Andressa Oliveira Recchia
Subcomissão Técnica



Renata Ramos de A. Borges
Subcomissão Técnica



Paloma Fraga Medina
Subcomissão Técnica

**ANEXO DA ATA DE JULGAMENTO APÓCRIFO**
Concorrência 01/2024 – Técnica e Preço**Análise e Julgamento técnico do Plano de Live Marketing/ Marketing Promocional (Envelope B)**
COSTURANDO HISTÓRIAS, TRANSFORMANDO O FUTURO

A Subcomissão Técnica procedeu a análise e o julgamento dos atributos da proposta apócrifa referente ao partido temático acima, cujo pen drive contém: 11 (onze) arquivos em PDF.

A pontuação da Licitante, obtida no somatório dos subquestos 1 (nota 9,60) + 2 (nota 17,40) + 3 (nota 18,90) + 4 (nota 9,70) do **Plano de Live Marketing/ Marketing Promocional Apócrifo**, totaliza **55,60 (cinquenta e cinco vírgula sessenta) pontos**, conforme detalhamento a seguir:

31.4.1.1 Quesito 1 -Subquesto 1 – RACIOCÍNIO BÁSICO

QUESITOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DA LICITANTE	JUSTIFICATIVA
a) o entendimento das características e especificidades da CONTRATANTE	3 Pontos	3,0 (100%)	Atende com Excelência (EX) Atende satisfatoriamente aos critérios estabelecidos no edital
b) diagnóstico da situação e mapeamento das necessidades de marketing promocional da CONTRATANTE;	2 Pontos	2,0 (100%)	Atende com Excelência (EX) Atende satisfatoriamente aos critérios estabelecidos no edital
c) a assertividade demonstrada no entendimento dos objetivos estabelecidos no Briefing e os desafios a serem enfrentados;	3 Pontos	3,0 (100%)	Atende com Excelência (EX) Atende satisfatoriamente aos critérios estabelecidos no edital
d) a clareza na análise da concorrência.	2 Pontos	1,6 (80%)	Atende com Ressalvas (AR) Atende aos critérios formais do edital com ressalvas
PONTUAÇÃO DO SUBQUESTO 1	10 Pontos	9,6	

31.4.1.2 Quesito 1 – Subquesto 2 – ESTRATÉGIA DE MARKETING PROMOCIONAL

ESTRATÉGIA DE MARKETING PROMOCIONAL	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DA LICITANTE	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do tema e do conceito à natureza e às atividades do SESCOOP/SC, aos desafios e aos objetivos de live marketing;	4 Pontos	3,2 (80%)	Atende com Ressalvas (AR) Atende aos critérios formais do edital com ressalvas
b) ineditismo da proposta criativa;	4 Pontos	4,0 (100%)	Atende com Excelência (EX) Atende satisfatoriamente aos critérios estabelecidos no edital
c) clareza na apresentação dos pontos centrais da estratégia, especialmente: o que fazer, a quem fazer, como fazer, quando fazer, que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados são esperados;	4 Pontos	4,0 (100%)	Atende com Excelência (EX) Atende satisfatoriamente aos critérios estabelecidos no edital
d) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para o relacionamento do CONTRATANTE com seus públicos;	4 Pontos	3,8 (90%)	Atende com Ressalvas (AR) Atende aos critérios formais do edital com ressalvas
e) a exequibilidade da Estratégia de Marketing Promocional, considerada a verba referencial.	4 Pontos	2,4 (60%)	Atende Parcialmente (AP) Atende com padrão de qualidade regular
PONTUAÇÃO DO SUBQUESTO 2	20 Pontos	17,4	

**31.4.1.3 Quesito 1 – Subquesito 3 – SOLUÇÃO DE MARKETING PROMOCIONAL**

SOLUÇÃO DE MARKETING PROMOCIONAL	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DA LICITANTE	JUSTIFICATIVA
a) o alinhamento das ações e/ou materiais promocionais com a estratégia proposta;	4 Pontos	3,8 (90%)	Atende com Ressalvas (AR) Atende aos critérios formais do edital com ressalvas
b) a pertinência das ações e/ou materiais promocionais com a natureza do CONTRATANTE;	4 Pontos	3,8 (90%)	Atende com Ressalvas (AR) Atende aos critérios formais do edital com ressalvas
c) a adequação da infraestrutura e do apoio logístico propostos para a implementação das ações;	4 Pontos	4,0 (100%)	Atende com Excelência (EX) Atende satisfatoriamente aos critérios estabelecidos no edital
d) a adequação do plano de divulgação e articulação em face do desafio e dos objetivos de marketing estabelecidos no briefing;	4 Pontos	3,5 (87,5%)	Atende com Ressalvas (AR) Atende aos critérios formais do edital com ressalvas
e) a adequação da solução proposta tendo em vista os perfis de públicos envolvidos	4 Pontos	3,8 (90%)	Atende com Ressalvas (AR) Atende aos critérios formais do edital com ressalvas
PONTUAÇÃO DO SUBQUESITO 3	20 Pontos	18,9	

31.4.1.4 Quesito 1 – Subquesito 4 – PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO DA LICITANTE	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do cronograma de preparação, viabilização, pré-produção, realização, conclusão, produção e pós-produção das ações e/ou materiais promocionais, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e objetivos de comunicação apresentados no briefing;	8 Pontos	4,9 (60%)	Atende Parcialmente (AP) Atende com padrão de qualidade regular
b) a eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no briefing, demonstradas no orçamento para o desenvolvimento da proposta.	7 Pontos	4,8 (70%)	Atende com Ressalvas (AR) Atende aos critérios formais do edital com ressalvas
PONTUAÇÃO DO SUBQUESITO 4	15 Pontos	9,7	


Florianópolis/SC, 04 de dezembro de 2024.



Andressa Oliveira Recchia
Subcomissão Técnica



Renata Ramos de A. Borges
Subcomissão Técnica



Paloma Fraga Medina
Subcomissão Técnica