

ATA DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
JULGAMENTO DA PROPOSTA APÓCRIFA (ENVELOPE "A")
PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DIGITAL
CONCORRÊNCIA Nº. 02/2024 – SESCOOP/GO

No dia 23 de outubro de 2024, das 8h30 às 15h00, os membros da Subcomissão Técnica **Fábio Alexandre Salazar Leite, Caio Fernando da Luz Miranda, Amanda Lopes Sales, Lourdes Hungria e Ana Lúcia Canêdo Rodrigues Alves**, designados para compor a Subcomissão Técnica de Licitação do SESCOOP/GO, conforme Portaria nº 018 de 2024, de 21 de outubro de 2024, reuniram-se para avaliação e julgamento das propostas técnicas apócrifas das empresas participantes da licitação em epígrafe, modalidade Concorrência tipo Técnica e Preço, cujo objeto cinge-se na contratação de 1 (uma) pessoa jurídica especializada para prestação de serviços de comunicação e marketing digital, sob demanda, conforme edital do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de Goiás (SESCOOP/GO). A Subcomissão Técnica recebeu da Comissão de Licitação os envelopes "A – VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DIGITAL" das 02 (duas) licitantes e procedeu a análise e julgamento das propostas. Nesta análise, foram identificados os seguintes partidos temáticos: **1) Cooperar pra Goiás acelerar;** e **2) Juntos, crescemos mais.** Com base nos critérios amplamente divulgados no edital de licitação e utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas de comunicação e marketing digital, a Subcomissão Técnica pontuou as licitantes, conforme consta na tabela abaixo e no detalhamento anexo com as respectivas justificativas (ANEXO 1).


QUESITOS	Pontuação máxima de cada quesito	Cooperar pra Goiás avançar	Juntos, crescemos mais
Raciocínio Básico	10	8,25	9,00
Estratégia de Comunicação	20	13,00	14,8
Ideia Criativa	15	7,50	7,50
SOMATÓRIO DA NOTA TÉCNICA (ENVELOPE A)	45	28,75	31,30


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

Goiânia/GO, 23 de outubro de 2024.

Membros da Subcomissão Técnica de Licitação – Portaria nº 018 de 2024, de 21/10/2024:


Fábio Alexandre Salazar Leite
Gerente
Gerência de Marketing – GEMAR


Caio Fernando da Luz Miranda
Analista de Marketing
Gerência de Marketing – GEMAR


Amanda Lopes Sales
Analista de Marketing
Gerência de Marketing – GEMAR


Ana Lúcia Canêdo Rodrigues Alves
Consultora de Comunicação e Marketing Digital


Lourdes Hungria
Consultora de Comunicação e Marketing

ANEXO 1 da Ata de Julgamento do Envelope A
Plano de Comunicação e Marketing Digital Apócrifo

Pontuação máxima dos subitens 1 + 2 + 3 = 45 (Quarenta e cinco) PONTOS

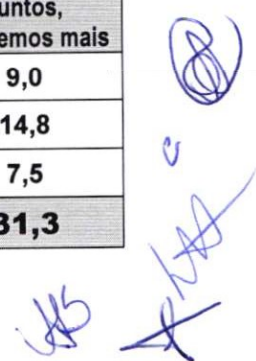
QUESITO 1: RACIOCÍNIO BÁSICO	Pontuação máxima	Cooperar pra Goiás acelerar	Juntos, crescemos mais
a) O conhecimento da Licitante sobre os aspectos relevantes da história da marca SESCOOP/GO e das suas instituições, da sua forma de atuação, da sua inserção no atual cenário do Estado de Goiás, de sua governança corporativa e de seu branding, para a construção de sua estratégia de comunicação e marketing digital;	2,5	1,25	2,5
b) O conhecimento sobre a atual posição da marca SESCOOP/GO e de sua comunicação no ambiente digital;	2,5	2,5	2,5
c) A integração de todos esses elementos com as necessidades de comunicação digital do SESCOOP/GO especificamente com o desafio apresentado no briefing;	2,5	2,0	2,5
d) O entendimento da natureza e do contexto do desafio apresentado no briefing.	2,5	2,5	1,5
Pontuação obtida no QUESITO 1 RACIOCÍNIO BÁSICO	10	8,25	9,0

QUESITO 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DIGITAL	Pontuação máxima	Cooperar pra Goiás acelerar	Juntos, crescemos mais
a) A qualidade e pertinência do conceito de comunicação e marketing digital apresentado em relação ao mercado de comunicação digital;	2,0	1,0	2,0
b) A relação positiva do conceito e da estratégia proposta com o desafio apresentado no briefing e com a marca SESCOOP/GO, sua história e suas perspectivas;	2,0	1,0	2,0
c) A adequação do conceito, da estratégia e das táticas ao branding às necessidades de comunicação digital da marca SESCOOP/GO;	2,0	1,0	1,5
d) A clara relação de causa-efeito entre o conceito e a natureza da estratégia proposta e suas táticas de comunicação e marketing digital;	2,0	1,0	2,0
e) A qualidade, economicidade e a pertinência das ações táticas de comunicação digital, bem como os argumentos que sustentam a escolha da licitante para o período da execução da estratégia	2,0	1,0	0,4
f) A qualidade das informações e dados que foram apresentados para embasar a estratégia proposta e a qualidade e pertinência da argumentação que sustenta a estratégia;	2,0	2,0	2,0
g) A relação da estratégia proposta com os diversos públicos do SESCOOP/GO, conhecimento dos hábitos de comunicação digital específicos do público envolvido no desafio proposto e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas;	2,0	1,4	1,4
h) O correto entendimento da natureza das plataformas orgânicas do SESCOOP/GO e sua inserção na estratégia proposta;	2,0	1,6	2,0
i) As estratégias e ferramentas para medir o desempenho das táticas apresentadas e a segurança dos procedimentos descritos caso algo não esteja desempenhando conforme o esperado;	2,0	2,0	0,5
j) A clareza na apresentação do valor total do investimento para execução das táticas e sua adequação à verba simulada apresentada.	2,0	1,0	1,0
Pontuação obtida no QUESITO 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DIGITAL	20	13,0	14,8

QUESTITO 3: IDEIA CRIATIVA	Pontuação máxima	Cooperar pra Goiás acelerar	Juntos, crescemos mais
a) A capacidade de solucionar o problema de comunicação, em adequação e sintonia com a história, com o posicionamento de marca, e com o papel do SESCOOP/GO na sociedade, evidenciados na proposta de materialização;	3,0	1,5	1,0
b) A adequação visual, sonora e do discurso da proposta com a marca SESCOOP/GO;	3,0	1,5	1,5
c) A criatividade, atratividade visual, originalidade e inovação, e sua possibilidade de destacar-se no ambiente de comunicação digital;	3,0	1,5	1,5
d) A quantidade e qualidade das interpretações favoráveis, e a sua adequação a todos os públicos-alvo do SESCOOP/GO, o alinhamento com o branding da instituição e com as diretrizes para redes sociais e plataformas digitais;	3,0	1,5	2,0
e) A simplicidade, velocidade e facilidade de execução da ideia criativa e a sua compatibilidade com os meios e a evidente capacidade da ideia criativa em criar o desejo de compartilhar e/ou viralizar no ambiente digital.	3,0	1,5	1,5
Pontuação obtida no QUESITO 3 IDEIA CRIATIVA	15	7,5	7,5

Quadro consolidado

QUESITOS	Pontuação máxima de cada quesito	Cooperar pra Goiás acelerar	Juntos, crescemos mais
Raciocínio Básico	10	8,25	9,0
Estratégia de Comunicação	20	13,0	14,8
Ideia Criativa	15	7,5	7,5
SOMATÓRIO DA NOTA TÉCNICA (ENVELOPE A)	45	28,75	31,3



Justificativas das notas de cada licitante

Conforme as regras editalícias explicitadas no item 12.2 – Critérios de Julgamento do Plano Apócrifo e no item 14.1 - TABELA 3 – Escala Referencial de Avaliação da Proposta Técnica, a Subcomissão Técnica analisou as propostas apócrifas (envelope A) e para cada um dos quesitos de julgamento foram observados os critérios estabelecidos. A Subcomissão Técnica julgou as propostas com base nas informações evidenciadas pela agência licitante quanto ao cumprimento de cada um dos critérios, de acordo com a escala de julgamento apresentada no item 14.1 do edital, que considera quatro níveis de proficiência e suas descrições únicas sobre a expectativa para cada nível da escala, sendo:

- **Atende Minimamente:** quando não atende ou atende minimamente aos critérios estabelecidos; Apresenta qualidade aquém do esperado; O conceito não está claro, não está bem defendido ou sugere leitura desfavorável ao SESCOOP/GO; Apresenta informações imprecisas ou inconsistente; Apresenta conteúdo superficial (de 0% a 30% da pontuação do critério);
- **Atende Parcialmente:** Atende parcialmente às expectativas; Atende com padrão de qualidade regula; Não fundamenta de forma consistente a sua proposta; Limita-se a repetir informações do briefing e/ou não evidencia pleno domínio sobre o tema central da contratação (acima de 30% até 70% da pontuação do critério);
- **Atende Satisfatoriamente:** Limita-se a cumprir os critérios formais do Edital; Apresenta análise pouco além do briefing; O conceito proposto valoriza qualidades positivas da marca SESCOOP/GO, mas sem aprofundamento; A estratégia é focada em resolver o problema de comunicação, mas sem superações relevantes; e/ou há evidência de inovação nas estratégias propostas que poderiam ter sido mais bem exploradas (acima de 70% até 95% da pontuação do critério);
- **Atende com Excelência:** Demonstra expertise quanto ao tema central da contratação*; Atende as expectativas quanto aos critérios estabelecidos pelo Edital*; Atende com superação os objetivos do briefing*; Apresenta análise consistente e extrapola as informações do Edital e seus anexos*; A solução proposta responde ao problema de comunicação de forma inovadora*; A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas*; Apresenta dados relevantes inerentes ao Sistema OCB/GO, ao SESCOOP/GO 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/GO*; **Entretanto, a abordagem deveria ter explorado mais / detalhado melhor / aprofundado o tema.* (acima de 95% até 100% da pontuação do critério);

Partido temático: COOPERAR PRA GOIÁS ACELERAR

Quanto ao Raciocínio Básico: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento ao item "a" atendem parcialmente às expectativas; os conteúdos do item "c" atendem satisfatoriamente; e os conteúdos dos itens "b" e "d" atendem em nível de excelência.

Quanto à Estratégia de Comunicação e Marketing Digital: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento aos itens "a", "b", "c", "d", "e", "g" e "j" atendem parcialmente às expectativas; os conteúdos do item "h" atendem satisfatoriamente; e os conteúdos dos itens "f" e "i" atendem com excelência.

Quanto à Ideia Criativa: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento aos itens "a", "b", "c", "d" e "e" atendem parcialmente às expectativas.

Partido temático: JUNTOS, CRECEMOS MAIS

Quanto ao Raciocínio Básico: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento aos itens "a", "b" e "c" atendem em nível de excelência; e os conteúdos do item "d" atendem parcialmente às expectativas.

Quanto à Estratégia de Comunicação e Marketing Digital: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento aos itens "a", "b", "d", "f" e "h" atendem em nível de excelência; os conteúdos do item "c" atendem satisfatoriamente; os itens "g" e "j" atendem parcialmente; e os conteúdos dos itens "e" e "i" atendem minimamente.

Quanto à Ideia Criativa: os conteúdos apresentados pela licitante no atendimento aos itens "a", "b", "c", "d" e "e" atendem parcialmente às expectativas.

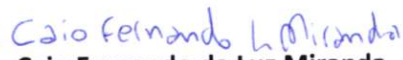
Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top right and initials 'NA' and 'AS' at the bottom right.

São essas as justificativas de notas decorrentes da avaliação e julgamento da Subcomissão Técnica.

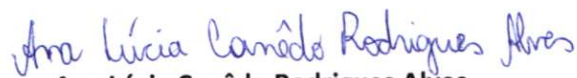
Goiânia/GO, 23 de outubro de 2024.

Membros da Subcomissão Técnica de Licitação – Portaria nº 018 de 2024, de 21/10/2024:


Fábio Alexandre Salazar Leite
Gerente
Gerência de Marketing – GEMAR


Caio Fernando da Luz Miranda
Analista de Marketing
Gerência de Marketing – GEMAR


Amanda Lopes Sales
Analista de Marketing
Gerência de Marketing – GEMAR


Ana Lúcia Canêdo Rodrigues Alves
Consultora de Comunicação e Marketing Digital


Lourdes Hungria
Consultora de Comunicação e Marketing