

**ATA DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO –
CONCORRÊNCIA Nº 009/2015
TIPO TÉCNICA E PREÇO**

**2ª SESSÃO | ABERTURA DO INVÓLUCRO II |
COTEJO DAS INFORMAÇÕES |
CLASSIFICAÇÃO E DESCLASSIFICAÇÃO |
PRAZO PARA RECURSO.**

Às nove horas do dia **trinta e um** de março do ano de dois mil e dezesseis, na Rua São Tomé, nº 444, Cidade Alta, Natal/RN, sede da Administração Regional do Senac/RN, a Comissão Especial de Licitação se reuniu para dar continuidade à **Concorrência nº 09/2015**.

A presidente iniciou a sessão cumprimentando a todos. Compareceu à sessão o representante da empresa **ART & C COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**, CNPJ/MF Nº 02.692.183/0001-89, o Sr. Pablo Licurgo Damasceno Batista.

Ato contínuo, a Comissão fez a abertura do Invólucro 2 para cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria. Assim, após análise, foi identificada como "Empresa A" a licitante **ART & C COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**, CNPJ/MF Nº 02.692.183/0001-89 e como "Empresa B" a licitante **DOIS A PUBLICIDADE LTDA EPP**, CNPJ/MF Nº 35.644.418/0001-16.

Na sequência, findada a análise sobre julgamento da Subcomissão a Comissão elaborou uma planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica, que segue anexa, restando o seguinte resultado:

Empresa A – identificada como a **ART & C COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, obteve a seguinte pontuação: Invólucro 1 – 61,10 pontos | Invólucro 3 – 19,06 pontos = totalizando **80,70 pontos**.

Empresa B – identificada como a **DOIS A PUBLICIDADE LTDA EPP** obteve a seguinte pontuação: Invólucro 1 – 29 pontos | Invólucro 3 – 12,93 pontos = totalizando **41,93 pontos**.

Consoante as notas dadas pela Subcomissão, resta esclarecer que a Comissão detectou que houve um equívoco no somatória das notas atribuídas à empresa **DOIS A PUBLICIDADE LTDA EPP**, onde fizeram constar na ata de julgamento as seguintes pontuações para os Invólucros 1 e 3: 28,97 pontos e 12,92 pontos, respectivamente.

Ultrapassada a fase de análise e consolidação das pontuações das licitantes participantes, a Comissão decidiu classificar a proposta da empresa **ART & C COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA** pelo atendimento ao instrumento editalício.

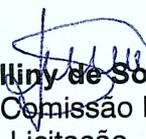
Porém, em observância ao teor do subitem 12.3.6 do Edital, alínea "e", que diz que será desclassificada a proposta técnica que obtiver nota inferior a 60 pontos no somatório dos itens constantes da alínea "d" no mesmo subitem, a Comissão decidiu declarar desclassificada a proposta da licitante **DOIS A PUBLICIDADE LTDA EPP**.

Por fim, a presidente informou que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

Nada mais havendo a ser registrado, a presidente agradeceu a presença de todos, informando que encaminhará a ata por e-mail, e em seguida encerrando a sessão com a leitura em voz alta deste Instrumento, que eu, Julliana Alliny de Souza Silva, lavrei, subscrevi e imprimi para coletar as assinaturas.



Vivianne Cunha Monteiro
Presidente da Comissão Especial de
Licitação



Julliana Alliny de Souza Silva
Membro da Comissão Especial de
Licitação



Isaac Nilton de Sousa
Membro da Comissão Especial de
Licitação



Marília Paiva de Souza
Membro da Comissão Especial de
Licitação

***ART & C COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**



AVALIAÇÃO TÉCNICA DA PROPOSTA TÉCNICA
 CONCORRÊNCIA Nº 009/2015
 CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
 SESC | SENAC
 INVÓLUCRO 1 | ANÁLISE FINAL

Empresa A		VALOR ATRIBUÍDO			PONTUAÇÃO FINAL
		Avallador 1	Avallador 2	Avaliador 3	
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 pontos)	PONTUAÇÃO MÁXIMA				
Raciocínio Básico		20,00	19,80	20,00	19,93
a) Compreensão da natureza institucional do Sesc e Senac, integrantes do Sistema Fecomércio – 10 pontos	20 (vinte) pontos	10	9,8	10	9,93
b) Entendimento do escopo da campanha e das necessidades e desafios de comunicação publicitária do Sesc e Senac, integrantes do Sistema Fecomércio – 10 pontos		10	10	10	10,00
Estratégia de Comunicação		14,50	15,00	14,00	14,50
a) Entendimento da necessidade e importância do público de interesse da campanha descrita no Briefing – 7,5 pontos	15 (quinze) pontos	7	7,5	7	7,17
b) Visão dos desdobramentos da campanha para se atingir os objetivos estratégicos do Sesc e Senac, integrantes do Sistema Fecomércio – 7,5 pontos		7,5	7,5	7	7,33
Ideia Criativa		13,00	13,00	12,50	12,83
a) Estratégia de comunicação que atenda ao público de interesse da campanha – 4 pontos	15 (quinze) pontos	4	4	4	4
b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação – 3 pontos		2	2,2	2	2,07
c) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem – 8 pontos		7	6,8	6,5	6,77
Estratégia de Mídia e Não Mídia		14,00	14,00	13,50	13,83
a) Melhor relação entre as verbas de	15 (quinze) pontos	4,5	4,5	4	4,33
b) Busca pela máxima qualidade de		3	3	3	3,00
c) Melhor utilização das ferramentas de		3,5	3,5	3,5	3,50
d) Criatividade na utilização dos meios e		3	3	3	3,00
Total		61,50	61,80	60,00	61,10
Avaliador 1	Nome: Maria Fernanda Cunha Barreto	Assinatura:			
Avaliador 2	Nome: Livia Nunes Aires	Assinatura:			
Avaliador 3	Nome: Francisco Paulo Araújo	Assinatura:			

revisão

AVALIAÇÃO TÉCNICA DA PROPOSTA TÉCNICA
 CONCORRÊNCIA Nº 009/2015
 CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
 SESC | SENAC
 INVÓLUCRO 1 | ANÁLISE FINAL

Empresa B		VALOR ATRIBUÍDO			PONTUAÇÃO FINAL	
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 pontos)	PONTUAÇÃO MÁXIMA	Avallador 1	Avallador 2	Avaliador 3		
Raciocínio Básico		11,50	10,50	11,00	11,00	
a) Compreensão da natureza institucional do Sesc e Senac, integrantes do Sistema Fecomércio – 10 pontos	20 (vinte) pontos	7	6	7	6,67	
b) Entendimento do escopo da campanha e das necessidades e desafios de comunicação publicitária do Sesc e Senac, integrantes do Sistema Fecomércio – 10 pontos		4,5	4,5	4	4,33	
Estratégia de Comunicação		3,00	2,50	2,00	2,50	
a) Entendimento da necessidade e importância do público de interesse da campanha descrita no Briefing – 7,5 pontos	15 (quinze) pontos	1,5	1,5	1	1,33	
b) Visão dos desdobramentos da campanha para se atingir os objetivos estratégicos do Sesc e Senac, integrantes do Sistema Fecomércio – 7,5 pontos		1,5	1	1	1,17	
Ideia Criativa		6,00	5,50	6,00	5,83	
a) Estratégia de comunicação que atenda ao público de interesse da campanha – 4 pontos	15 (quinze) pontos	0,5	0,5	0,5	0,50	
b) Capacidade de síntese da estratégia de comunicação – 3 pontos		0,5	0,5	0,5	0,50	
c) Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem – 8 pontos		5	4,5	5	4,83	
Estratégia de Mídia e Não Mídia		9,50	9,00	10,50	9,67	
a) Melhor relação entre as verbas de produção e veiculação de modo a rentabilizar ao máximo a verba total – 5 pontos	15 (quinze) pontos	4	4	5	4,33	
b) Busca pela máxima qualidade de produção, garantindo a rentabilidade acima citada – 3 pontos		1,5	1,5	1,5	1,50	
c) Melhor utilização das ferramentas de mídia disponíveis na agência – 4 pontos		3	2,5	3	2,83	
d) Criatividade na utilização dos meios e formatos (sair do lugar comum) – 3 pontos		1	1	1	1,00	
Total		Máximo de 65 pontos	30,00	27,50	29,50	29,00
Avallador 1	Nome: Maria Fernanda Cunha Barreto Ledebour	Assinatura:				
Avallador 2	Nome: Lívia Nunes Aires	Assinatura:				
Avallador 3	Nome: Francisco Paulo Araújo	Assinatura:				

verificar

AVALIAÇÃO TÉCNICA DA PROPOSTA TÉCNICA

Empresa: DOIS A PUBLICIDADE LTDA EPP			VALOR ATRIBUÍDO				PONTUAÇÃO FINAL
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES E CAPACIDADE		PONTUAÇÃO MÁXIMA	Avallador 1	Avallador 2	Avallador 3		
			2,00	1,80	2,00	1,93	
a) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais nos diferentes setores da agência licitante e que serão disponibilizados para atendimento ao Sesc e Senac	4 (quatro) pontos	2	1,8	2	1,93		
			4,5	4,00	4,00	4,17	
b) Ênfase nos quesitos: operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações	6 (seis) pontos	4,5	4	4	4,17		
Repertório			4,50	4,00	4,50	4,33	
c) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento	5 (cinco) pontos	4,5	4	4,5	4,33		
			2,50	2,50	2,50	2,50	
Capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados	5 (cinco) pontos	2,5	2,5	2,5	2,5		
Total		Máximo de 20 pontos	13,50	12,30	13,00	12,93	
		Avallador 1	Avallador 2	Avallador 3	Apta ou Inapta?		
Apresentou Atestado de Capacidade Técnica de conformidade	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Apta
Comprovou registro ou inscrição no Conselho Executivo de	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Apta
Apresentou relação nominal dos principais clientes atendidos,	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Apta
Apresentou declaração de possibilidade operacional? (item	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Apta
Avallador 1	Nome: Maria Fernanda Cunha Barreto	Assinatura:					
Avallador 2	Nome: Lívia Nunes Aires	Assinatura:					
Avallador 3	Nome: Francisco Paulo Araújo	Assinatura:					

repar

[Handwritten signature]

AVALIAÇÃO TÉCNICA DA PROPOSTA TÉCNICA

Empresa: ART & C COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA			VALOR ATRIBUÍDO				PONTUAÇÃO FINAL
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES E CAPACIDADE	PONTUAÇÃO MÁXIMA	Avallador 1	Avallador 2	Avallador 3			
Quantificação e Qualificação dos Profissionais		4	4	4			4
a) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais nos diferentes setores da agência licitante e que serão disponibilizados para atendimento ao Sesc e Senac	4 (quatro) pontos	4	4	4			4
Sistematiza de Atendimento		6	6	6			6
b) Ênfase nos quesitos: operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações	6 (seis) pontos	6	6	6			6
Repertório		4,8	4,5	4,5			4,6
c) Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento	5 (cinco) pontos	4,8	4,5	4,5			4,6
Relatos de Soluções de Problemas de		5	5	5			5
d) Capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados	5 (cinco) pontos	5	5	5			5
Total		Máximo de 20 pontos	19,8	19,5	19,5	19,6	
		Avallador 1	Avallador 2	Avallador 3	Apta ou Inapta?		
Apresentou Atestado de Capacidade Técnica de conformidade	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Apta
Comprovou registro ou inscrição no Conselho Executivo de	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Apta
Apresentou relação nominal dos principais clientes atendidos,	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Apta
Apresentou declaração de possibilidade operacional? //item	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Apta
Avallador 1	Nome: Maria Fernanda Cunha Barreto		Assinatura:				
Avallador 2	Nome: Lívia Nunes Aires		Assinatura:				
Avallador 3	Nome: Francisco Paulo Araújo		Assinatura:				

kan

[Handwritten mark]