

**ATA DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA Á
CONCORRÊNCIA Nº 14309/2024**

Às 10h00 do dia 5 de junho de 2024, na sede da Administração Regional do Senac no Estado de São Paulo, à Rua Dr. Vila Nova, 228 – 7º andar, reuniram-se os membros da Comissão Especial de Licitação, abaixo assinados a fim de julgarem as Propostas Técnicas relativas a Concorrência que tem por objeto: **PRESTAÇÃO DE SERVIÇO PARA ASSESSORAR NA CONCEPÇÃO/CRIAÇÃO DE CAMPANHAS E PEÇAS DIGITAIS E IMPRESSAS PARA AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DO SENAC SÃO PAULO E REDE SENAC EAD.**

A Comissão Especial de Licitação julgou as empresas:

CLASSIFICADAS

1. Boas Ideias Inteligência em Pesquisa e Estratégia Digital Ltda – 62 (sessenta e dois) pontos, conforme pontuação em anexo.
2. Duetto Publicidade e Propaganda Ltda – 67 (sessenta e sete) pontos, conforme pontuação em anexo.
3. Tudor Comunicação Ltda – 70 (sessenta) pontos, conforme pontuação em anexo.

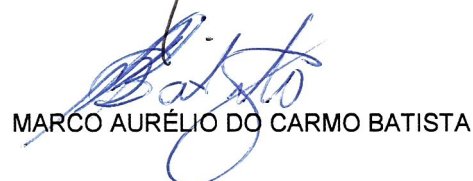
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO



ARGEMIRO ESTROZI FILHO



ROSANA DE MORAES BINATI



MARCO AURÉLIO DO CARMO BATISTA

Licitante: Boas Ideias Inteligência em Pesquisa e Estratégia Digital Ltda.									
Item	Questão	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do item	Pontuação	Justificativa quando ocorrer o "Atende Parcialmente" ou "Não Atende"
1		Solução criativa: ideia criativa (KV) e os desdobramentos sugeridos a partir do KV apresentado.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	4	8	
2		Qualidade das peças: combinação de cores, textos, imagens, layout etc. Aderência com a ideia criativa e as aplicações.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	
3	PROCESSO A (CASE)	Diversidade e alcance das peças: estilos, diversidade, inclusão, aderência ao objetivo da campanha e ideia criativa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	2	4	
4		Organização da ideia, dos materiais e aderência ao briefing: alinhamento ao briefing, coerência da ideia criativa e dos desdobramentos das peças.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	
5		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado: aplicação correta da gramática e coesão.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	4	8	
1		Raciocínio Básico: conhecimento das características gerais e dos serviços prestados pelo Senac; compreensão da linha de atuação específica e a compreensão das necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	
2		Estratégia de Comunicação Publicitária: compreensão do tema hipotético, o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito e a formulação do tema da comunicação adotada.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	3	3	A Boas Ideias apresenta o conceito "Quer ser mais? Senac". Por um lado, essa proposta pode passar a ideia de que o indivíduo pode crescer, pode ampliar suas oportunidades, pode ser mais na profissão etc. Por outro lado, a frase pode levar à compreensão de que a pessoa hoje é menos. O próprio texto explica que: "ser mais significa tanto ser alguém melhor...". É como se hoje, antes de passar pelo Senac, a pessoa fosse alguém pior. Ou seja, entendemos que esse conceito pode gerar uma percepção de desprezo. O conceito, "Quer ser mais?", é apresentado nas peças publicitárias, porém o atual conceito utilizado pelo Senac São Paulo, "Quer saber? Senac" foi mantido. A agência justifica essa manutenção: "... para que continue havendo o alinhamento do Senac São Paulo com o Senac Nacional, a assinatura das peças segue com "Quer Saber? Senac". Entendemos que essa duplicidade de conceitos não é o caminho mais adequado para uma campanha institucional.
3	PROCESSO B (EXERCÍCIO)	Ideia Criativa: a estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha; a capacidade de síntese da estratégia de comunicação; a cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida; e a originalidade na combinação de seus elementos constituintes, revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que apresentarem.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	8	18	
4		Desdobramento da Ideia Criativa (KV): desdobramentos sugeridos a partir do KV apresentado, apresentando a estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos criativos da campanha; a capacidade de síntese da estratégia de comunicação; a cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida; e a originalidade na combinação de seus elementos constituintes, revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que apresentarem.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	5	5	Em relação às peças, consideramos que o excesso de informações, de cores, de elementos gráficos prejudica a leitura dos textos e dificulta a identificação da marca Senac.
Pontuação Total da Empresa: Boas Ideias Inteligência em Pesquisa e Estratégia Digital Ltda.							35	62	Menor que 62 desclassificada

Licitante: Tudor Comunicação Ltda.									
Item	Quesito	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do item	Pontuação	Justificativa quando ocorrer o "Atende Parcialmente" ou "Não Atende"
1		Solução criativa: ideia criativa (KV) e os desdobramentos sugeridos a partir do KV apresentado.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	4	8	-
2		Qualidade das peças: combinação de cores, textos, imagens, layout etc. Aderência com a ideia criativa e as aplicações.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	-
3	PROCESSO A (CASE)	Diversidade e alcance das peças: estilos, diversidade, inclusão, aderência ao objetivo da campanha e ideia criativa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	2	4	-
4		Organização da ideia, dos materiais e aderência ao briefing: alinhamento ao briefing, coerência da ideia criativa e dos desdobramentos das peças.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	-
5		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado: aplicação correta da gramática e coesão.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	4	8	-
1		Raciocínio Básico: conhecimento das características gerais e dos serviços prestados pelo Senac; compreensão da linha de atuação específica e a compreensão das necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	-
2		Estratégia de Comunicação Publicitária: compreensão do tema hipotético, o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito e a formulação do tema de comunicação adotada.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	-
3	PROCESSO B (EXERCÍCIO)	Ideia Criativa: a estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha; a capacidade de síntese da estratégia de comunicação; a cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida; e a originalidade na combinação de seus elementos constituintes, revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que apresentarem.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	8	16	-
4		Desdobramento da Ideia Criativa (KV): desdobramentos sugeridos a partir do KV apresentado, apresentando a estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos criativos da campanha; a capacidade de síntese da estratégia de comunicação; a cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida; e a originalidade na combinação de seus elementos constituintes, revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que apresentarem.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	5	10	-
Pontuação Total da Empresa: Tudor Comunicação Ltda.							35	70	Menor que 62 desclassificada

Licitante: Dueto Publicidade e Propaganda Ltda.									
Item	Questão	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do item	Pontuação	Justificativa quando ocorrer o "Atende Parcialmente" ou "Não Atende"
1		Solução criativa: ideia criativa (KV) e os desdobramentos sugeridos a partir do KV apresentado.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	4	8	
2		Qualidade das peças: combinação de cores, textos, imagens, layout etc. Aderência com a ideia criativa e as aplicações.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	
3	PROCESSO A (CASE)	Diversidade e alcance das peças: estilos, diversidade, inclusão, aderência ao objetivo da campanha e ideia criativa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	2	4	
4		Organização da ideia, dos materiais e aderência ao briefing: alinhamento ao briefing, coerência da ideia criativa e dos desdobramentos das peças.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	
5		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado: aplicação correta da gramática e coesão.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	4	8	
1		Raciocínio Básico: conhecimento das características gerais e dos serviços prestados pelo Senac; compreensão da linha de atuação específica e a compreensão das necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	3	6	
2		Estratégia de Comunicação Publicitária: compreensão do tema hipotético, o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito e a formulação do tema da comunicação adotada.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	3	3	Consultamos a Academia Brasileira de Letras sobre a possibilidade de uso do elemento "mult" ser utilizado isoladamente. ... gramaticalmente não pode. Multi- é elemento de composição, antepositivo, do latim multus a, um "abundante, numeroso, em grande quantidade. Diante da letra h e de vogal idêntica à sua final, no caso a vogal i, emprega-se o hífen, como em multi-habilidade e multi-instrumentista. Nos demais casos, junta-se ao segundo elemento: multicolor, multidisciplinar, multifocal etc." Como instituição de ensino, entendemos ser inadequado o uso do elemento "mult" da forma como proposta pela empresa.
3	PROCESSO B (EXERCÍCIO)	Idéia Criativa: a estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha; a capacidade de síntese da estratégia de comunicação; a cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida; e a originalidade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que apresentarem.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	8	16	
4		Desdobramento da Ideia Criativa (KV): desdobramentos sugeridos a partir do KV apresentado, apresentando a estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos criativos da campanha; a capacidade de síntese da estratégia de comunicação; a cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida; e a originalidade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que apresentarem.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	5	10	
Pontuação Total da Empresa: Dueto Publicidade e Propaganda Ltda.							35	67	Menor que 62 desclassificada

RESULTADO FINAL DA LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA 14309/2024

LICITANTE		NOTA TÉCNICA (Item 1) 70%	NOTA DE PREÇO (Item 2) 30%	NOTA FINAL
GCR - Assessorar na concepção/criação de campanhas e peças digitais e impressas para ações de comunicação do Senac São Paulo e para a rede Senac EAD.	Boas Ideias Inteligência em Pesquisa e Estratégia Digital Ltda.	62,00	0,00	62,00
	Duetto Publicidade e Propaganda Ltda.	67,00	0,00	67,00
	Tudor Comunicação Ltda.	70,00	0,00	70,00

