

Licitante: Lettera Comunicação Estratégica Ltda									
Item	Quesito	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do item	Pontuação	
a)	Processo A (Cases histories) Case 1	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3	
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3	
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
a)	Processo A (Cases histories) Case 2	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3	
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3	
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
a)	Processo A (Cases histories) Case 3	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3	
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3	
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
a)	Processo B (Exercício) Exercício 1	Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício	☒	☐	☐	2	1	2	
b)		Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Uso e boa distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião e mailing impactado	☒	☐	☐	2	1,75	3,5	
d)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação da nota de posicionamento	☐	☒	☐	1	1	1	
a)	Processo B (Exercício) Exercício 2	Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação do release	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Uso e distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas, formadores de opinião e influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,75	3,5	
d)		Bom entendimento de indicadores de métricas de resultados	☒	☐	☐	2	1	2	
Pontuação Total da Empresa: Lettera Comunicação Estratégica Ltda							35	69	Menor que 62 desclassificada

A Licitante comete 2 (dois) erros: na página concordância masculino/feminino "para que no quesito Uso correto da língua portuguesa

A Licitante comete 2 (dois) erros: na página 55, no Ofício à Prefeitura, inicia frase com pronome "Nos colocamos à disposição..." e, na página 61, há erro de concordância masculino/feminino "para que a Prefeitura negue prorrogação do prazo solicitada". Por esses motivos, foi pontuada como Atende Parcialmente no quesito Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação da nota de posicionamento.

Licitante: Contexto Comunicação e Marketing Eirell Epp									
Item	Quesito	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do Item	Pontuação	
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3	
e)		Case 1	Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)			Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3	
e)		Case 2	Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)			Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3	
e)		Case 3	Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)			Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo B (Exercício)	Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício	☒	☐	☐	2	1	2	
b)		Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Uso e boa distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião e mailing impactado	☒	☐	☐	2	1,75	3,5	
d)		Exercício 1	Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação da nota de posicionamento	☒	☐	☐	2	1	2
a)	Processo B (Exercício)		Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação do release	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Uso e distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas, formadores de opinião e influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,75	3,5	
d)		Exercício 2	Bom entendimento de indicadores de métricas de resultados.	☒	☐	☐	2	1	2
Pontuação Total da Empresa: Contexto Comunicação e Marketing Eirell Epp							35	70	Menor que 62 desclassificada

PONTUAÇÃO TÉCNICA CONCORRÊNCIA 13252/2021								
Licitante: Partners Comunicação Integrada Ltda.								
Item	Quesito	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do item	Pontuação
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☐	☒	☐	1	0,75	0,75
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☐	☒	☐	1	0,75	0,75
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)		Alcance de influenciadores digitais	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☐	☒	☐	1	0,75	0,75
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)		Alcance de influenciadores digitais	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo B (Exercício)	Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício	☒	☐	☐	2	1	2
b)		Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Uso e boa distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião e mailing impactado	☒	☐	☐	2	1,75	3,5
d)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação da nota de posicionamento	☒	☐	☐	2	1	2
a)	Processo B (Exercício)	Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação do release	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Uso e distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas, formadores de opinião e influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,75	3,5
d)		Bom entendimento de indicadores de métricas de resultados.	☐	☒	☐	1	1	1
Pontuação Total da Empresa: Partners Comunicação Integrada Ltda.							35	60,75

O que foi apresentado é um relato do modelo de trabalho da Licitante para com seu cliente, o Ministério do Trabalho. Contudo, não é possível identificar ações específicas que demonstrem, com exemplos, soluções que foram aplicadas. Há relato do que supostamente foi feito, mas sem detalhes que mostrem como essa estratégia foi colocada em prática. Na página 6, por exemplo, menciona-se que “definimos uma proposta de aproximação com a imprensa e os setoristas”, mas não há explicação de como isso foi feito. Além disso, fica confuso o entendimento do case apresentado que, conforme a Licitante explica na página 2, tem objetivo de “blindar as divulgações de dados técnicos e de pesquisa, mesmo que negativos, dos ataques de toda a imprensa...”. Sendo esse o objeto do case, faltou a Licitante esclarecer quais ferramentas, meios, estratégias, utilizou-se para conseguir isso. Além do mais, há uma apresentação de resultados, com número de matérias que não é relevante considerando esse objeto de case apresentado. Na página 10, a Licitante lista parte do que foi solicitado, mas não demonstra como trabalhou com tais ferramentas de comunicação e relacionamento. Por esses motivos, a Licitante foi pontuada como Atende Parcialmente, nos quesitos: Criatividade nas soluções propostas e Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante.

No quesito, a Licitante comete o erro: na página 4, não acentua o verbo ter “ultimamente as propostas de modernização da legislação trabalhista para atualizá-la ao mercado de trabalho tem ganhado”. Por esse motivo, foi pontuada como Atende Parcialmente.

O que foi apresentado é um relato do modelo de trabalho da Licitante para com seu cliente, a Cemig. Contudo, não é possível identificar ações específicas que demonstrem, com exemplos, soluções que foram aplicadas. Há relato do que supostamente foi feito, mas sem detalhes que mostrem como essa estratégia foi colocada em prática. Não há citação a ação com influenciadores digitais (blogueiros e/ou perfis digitais), que permitam avaliar a ação da Licitante nesse campo. Por esses motivos, a Licitante foi pontuada como Atende Parcialmente, nos quesitos Criatividade nas soluções propostas e Alcance de Influenciadores digitais.

O que foi apresentado é um relato do modelo de trabalho da Licitante para com seu cliente, o CRCSP. Contudo, não é possível identificar ações específicas que demonstrem, com exemplos, soluções que foram aplicadas. Há relato do que supostamente foi feito, mas sem detalhes que mostrem como essa estratégia foi colocada em prática. Não há citação a ação com influenciadores digitais (blogueiros e/ou perfis digitais), que permitam avaliar a ação da Licitante nesse campo. Por esses motivos, a Licitante foi pontuada como Atende Parcialmente, nos quesitos Criatividade nas soluções propostas e Alcance de Influenciadores digitais.

A Licitante não menciona nenhum tipo de métrica, por esse motivo foi pontuada como Atende Parcialmente no quesito Bom entendimento de indicadores de métricas de resultados.

Licitante: Ideias & Efeito Informação Ltda. Me								
Item	Quesito	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do Item	Pontuação
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☐	☐	☒	0	0,75	0
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☐	☐	☒	0	1,5	0
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☐	☐	☒	0	1,5	0
d)		Alcance de formadores de opinião	☐	☐	☒	0	1,5	0
e)		Alcance de influenciadores digitais	☐	☐	☒	0	1,5	0
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☐	☐	☒	0	1,5	0
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo B (Exercício)	Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício	☐	☒	☐	1	1	1
b)		Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
c)		Uso e boa distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião e mailing impactado	☒	☐	☐	2	1,75	3,5
d)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação da nota de posicionamento	☒	☐	☐	2	1	2
a)	Processo B (Exercício)	Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento	☐	☒	☐	1	0,75	0,75
b)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação do release	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Uso e distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas, formadores de opinião e influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,75	3,5
d)		Bom entendimento de indicadores de métricas de resultados.	☒	☐	☐	2	1	2
Pontuação Total da Empresa: Ideias & Efeito Informação Ltda. Me							35	50,25
								Menor que 62 desclassificada

Processo A (Cases histories) - Case 2: O case não está assinado pelo cliente, a Special Dog Company. O edital é bem claro nesse sentido, como consta na página 44. Por esse motivo, a Licitante foi pontuada como Não Atende em todos os quesitos.

A Licitante baseou toda a sua estratégia de crise para ser articulada em torno de um fato: a postergação da entrega da obra em um ano. Apesar de esse ser um dos objetivos sensíveis, a Licitante não explicitou que ações faria para miligar o ocorrido principal: o desabamento da obra. Não há uma linha do tempo clara em relação à atuação da Licitante frente a esse ocorrido e todos os desdobramentos depois disso, conforme o edital relata. Por esse motivo, a Licitante foi classificada como Atende Parcialmente nos quesitos Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício e Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem.

No quesito Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento, a Licitante foi pontuada como Atende Parcialmente pois não apresentou detalhes de como seria as abordagens com influenciadores digitais, apenas mencionando que eles seriam alvo da ação de relacionamento.

Licitante: Tramaweb Agências de Notícias Ltda. - Me								
Item	Quesito	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do Item	Pontuação
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)	Case 1	Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)	Case 2	Alcance de influenciadores digitais	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)	Case 3	Alcance de influenciadores digitais	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo B (Exercício)	Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício	☒	☐	☐	2	1	2
b)		Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
c)		Uso e boa distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião e mailing impactado	☒	☐	☐	2	1,75	3,5
d)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação da nota de posicionamento	☒	☐	☐	2	1	2
a)	Processo B (Exercício)	Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação do release	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Uso e distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas, formadores de opinião e influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,75	3,5
d)		Bom entendimento de indicadores de métricas de resultados.	☒	☐	☐	2	1	2
Pontuação Total da Empresa: Tramaweb Agências de Notícias Ltda. - Me							35	65,5
								Menor que 62 desclassificada

Apesar da Licitante mencionar que houve ações em redes sociais, não há menção a ação com influenciadores digitais. Por esse motivo, foi pontuada como Atende Parcialmente no quesito Alcance de influenciadores digitais.

Não há menção a ação com influenciadores digitais. Por esse motivo, foi pontuada como Atende Parcialmente no quesito Alcance de influenciadores digitais.

A Licitante não especifica quais ações fará para evitar que haja impacto nas inscrições para cursos técnicos, conforme exigido em edital. Por esse motivo, foi pontuada como Atende Parcialmente no quesito Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem.

Licitante: Cianews Serviços de Comunicação Ltda.								
Item	Quesito	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do item	Pontuação
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)	Case 1	Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)	Case 2	Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3
e)	Case 3	Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3
f)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo B (Exercicio)	Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício	☒	☐	☐	2	1	2
b)		Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
c)		Uso e boa distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião e mailing impactado	☒	☐	☐	2	1,75	3,5
d)		Exercicio 1	Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação da nota de posicionamento	☒	☐	☐	2	1
a)	Processo B (Exercicio)	Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento	☒	☐	☐	2	0,75	1,5
b)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação do release	☒	☐	☐	2	1,5	3
c)		Uso e distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas, formadores de opinião e influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,75	3,5
d)		Exercicio 2	Bom entendimento de indicadores de métricas de resultados.	☒	☐	☐	2	1
Pontuação Total da Empresa: Cianews Serviços de Comunicação Ltda.							35	68,5
								Menor que 62 desclassificada

A Licitante não especifica quais ações fará pr pontuada como Atende Parcialmente no ques

Licitante: A4 Holofote Comunicação Ltda.									
Item	Quesito	Descrição breve	Atende	Atende Parcialmente	Não Atende	Nota máx.	Peso do item	Pontuação	
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3	
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3	
f)		Case 1	Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☐	☒	☐	1	1,5	1,5
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☐	☒	☐	1	0,75	0,75	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☐	☒	☐	1	1,5	1,5	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☐	☒	☐	1	1,5	1,5	
d)		Alcance de formadores de opinião	☐	☒	☐	1	1,5	1,5	
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3	
f)		Case 2	Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo A (Cases histories)	Criatividade nas soluções propostas	☒	☐	☐	2	0,75	1,5	
b)		Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Diversidade de mailing mobilizado	☒	☐	☐	2	1,5	3	
d)		Alcance de formadores de opinião	☒	☐	☐	2	1,5	3	
e)		Alcance de influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,5	3	
f)		Case 3	Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado	☒	☐	☐	2	1,5	3
a)	Processo B (Exercício)	Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício	☐	☒	☐	1	1	1	
b)		Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem	☐	☒	☐	1	1,5	1,5	
c)		Uso e boa distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas e formadores de opinião e mailing impactado	☒	☐	☐	2	1,75	3,5	
d)		Exercício 1	Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação da nota de posicionamento	☒	☐	☐	2	1	2
a)	Processo B (Exercício)	Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento	☐	☒	☐	1	0,75	0,75	
b)		Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado e adequação do release	☒	☐	☐	2	1,5	3	
c)		Uso e distribuição das ferramentas de relacionamento com jornalistas, formadores de opinião e influenciadores digitais	☒	☐	☐	2	1,75	3,5	
d)		Exercício 2	Bom entendimento de indicadores de métricas de resultados.	☒	☐	☐	2	1	2
Pontuação Total da Empresa: A4 Holofote Comunicação Ltda.							35	60	Menor que 62 desclassificada

A Licitante foi pontuada como Atende Parcialmente no quesito Uso correto da língua portuguesa e coesão com o case apresentado pois, na página 4, deixa de acentuar o verbo ter "franqueados e arquitetos tem suas assessorias".

A Licitante foi pontuada como Atende Parcialmente nos quesitos Criatividade nas soluções propostas, Diversidade das ferramentas utilizadas pela licitante, Diversidade de mailing mobilizado e Alcance de formadores de opinião, pois o case não permitiu avaliar essas questões. O que foi apresentado foi o evento e há menção de que foram trabalhadas pautas, mas não há detalhes sobre isso, o que não permitiu a avaliação do case, conforme solicitado.

A Licitante foi pontuada como Atende Parcialmente nos quesitos Compreensão e correta aplicação dos objetivos propostos no exercício e Plano tático adequado, com ações precisas que visem a minimização do impacto negativo da imagem pois, além de não trazer nenhuma proposta de mitigação para o problema inicial da crise, ou seja, o desabamento da obra, também não especifica quais ações fará para evitar que haja impacto nas inscrições para cursos técnicos, conforme exigido em edital.

A Licitante baseia a estratégia de posicionamento da área de Moda em um curso, o Upcycling. Inclusive, apresenta o release sobre o curso e não sobre a temática dele e como isso poderia representar os demais níveis de ensino que o Senac tem produtos de Moda, conforme pedido em edital. Também não há detalhe de como seria uma ação de comunicação com sindicatos, que apenas estão mencionados como convidados aos eventos já existentes. Por esses motivos, a Licitante foi pontuada como Atende Parcialmente no quesito Criatividade das ações propostas no plano de posicionamento.

RESULTADO FINAL DA LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA 13252/2021
--

LICITANTE		NOTA TÉCNICA (Item 1) 70%	NOTA DE PREÇO (Item 2) 30%	NOTA FINAL
GCR - AI_GDE SP, LITORAL, INTERIOR	Lettera Comunicação Estratégica Ltda	69,00	0	<u>69,00</u>
	Comtexto Comunicação e Marketing Eireli Epp	70,00	0	<u>70,00</u>
	Partners Comunicação Integrada Ltda.	60,75	0	<u>60,75</u>
	Ideias & Efeito Informação Ltda. Me	50,25	0	<u>50,25</u>
	Tramaweb Agências de Notícias Ltda. - Me	65,50	0	<u>65,50</u>
	Cianews Serviços de Comunicação Ltda.	68,50	0	<u>68,50</u>
	A4 Holofote Comunicação Ltda.	60,00	0	<u>60,00</u>