

Expediente Nº 17444/2025 - GECOMP - Núcleo de Compras

Brasília, 6 de novembro de 2025.

À GACOMP,

Encaminha-se o **Processo SIGA nº 50707/2025**, referente à **Concorrência nº 11/2025 – Contratação de agência especializada em marketing promocional, para prestação de serviços de planejamento e conceituação criativa, criação de peças promocionais, produção e logística de ações promocionais e eventos de todas as naturezas, voltados aos públicos externo e interno do Sesc-DF.**

A **Subcomissão Técnica**, designada para a avaliação das **Propostas Técnicas**, conforme disposto no Edital e no Termo de Referência da referida concorrência, apresenta, por meio deste anexo, o resultado de sua análise.

O **julgamento das Propostas Técnicas** (Envelope “A” – Plano de Marketing Promocional – Via Não Identificada) foi realizado no período de **13/10/2025 a 06/11/2025**, em estrita observância aos critérios e subcritérios de avaliação e às pontuações mínimas estabelecidas no Termo de Referência.

Durante a análise, a Subcomissão Técnica considerou os parâmetros estabelecidos para mensurar a qualidade técnica das propostas, com base nos elementos de planejamento, criatividade, coerência estratégica, aplicabilidade das ações e adequação às diretrizes institucionais do Sesc-DF.

Anexo:

Planilha consolidada da Subcomissão Técnica, contendo:

- a análise detalhada das propostas apresentadas, com as respectivas justificativas e notas atribuídas a cada item e subitem de avaliação; e
- as **Notas Finais Ponderadas** referentes ao **Envelope “A” (Plano de Marketing Promocional)**, com a consequente **classificação das licitantes** conforme os critérios estabelecidos no Termo de Referência.

Concluída a fase de avaliação técnica do **Envelope “A”** e constatado que as propostas classificadas atenderam aos requisitos mínimos de pontuação estabelecidos, **recomenda-se o prosseguimento do processo licitatório para as etapas subsequentes.**

Documento assinado usando senha por: **Ana Nerita Piedade Santana - 7534**, com o cargo: **Analista de Suporte a Gestão**, na lotação: **Gerência de Compras e Contratos** em 06/11/2025 às 16:32:55, protocolo nº: **04902/2025**.

Documento assinado usando senha por: **Bernardo Gustavo De Castro - 6746**, com o cargo: **Gerente de Área**, na lotação: **Gerência de Comunicação** em 06/11/2025 às 17:01:05, protocolo nº: **04902/2025**.



Para conferir e validar a assinatura desse documento acesse:
[https://sigaext.sescdf.com.br/verificar-assinatura?](https://sigaext.sescdf.com.br/verificar-assinatura?q=603f7151ffb342a7e0fc12e8a7faf4ec6c348e86967a83ede712c6848790ead9)
q=603f7151ffb342a7e0fc12e8a7faf4ec6c348e86967a83ede712c6848790ead9

EDITAL DE LICITAÇÃO nº11/2025

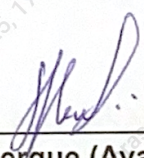
ATA DE JULGAMENTO DOS INVÓLUCROS DA CONCORRÊNCIA Nº 11/2025 - SESC - PROPOSTA TÉCNICA - VIAS NÃO IDENTIFICADAS (ENVELOPE A)

No período de 13/10/2025 a 06/11/2025, no Sesc DF 504/505 Sul, na sala Nave, 1º andar, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica de licitação abaixo assinados para análise individualizada e julgamento do Envelope "A" - Plano de marketing promocional via não identificada das 07 licitantes proponentes na concorrência nº 11/2025.

Os invólucros das 07 empresas participantes, contendo os quesitos do Plano de Marketing Promocional: Raciocínio Básico; Estratégia de Marketing promocional; Mensuração de Resultados; Solução de Marketing Promocional; e Plano de Implementação, foram recebidos pela presente comissão no dia 13/10/2025.

As pequenas inconsistências formais encontradas nas propostas não tiveram o condão de comprometer a lisura e o caráter competitivo do certame e, portanto, foram relevadas.

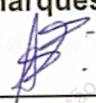
As propostas analisadas e julgadas encontram-se no Relatório em envelope anexo devidamente lacrado, com suas pontuações, justificativas e devidamente assinadas por todos os membros da subcomissão técnica, estão sendo entregues na presente data para a comissão.



Sérgio Flores de Albuquerque (Avaliador 1)



Rael Lamarques da Silva (Avaliador 2)



Abner da Silva dos Santos (Avaliador 3)

NOME COMPLETO		Seas nas pontas. De corra, pra vida		PERÍODO:				
Nº	2							
a. RACIOCÍNIO BÁSICO		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
I. Compreensão sobre o Sesc-GR: Analisa se a licitante demonstra pleno entendimento sobre a finalidade institucional do Sesc-GR, sua missão, seus valores, suas diretrizes sociais e culturais, e a sua atuação social e comunitária. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contexto social, cultural e institucional do Sesc-GR e que possui condições técnicas e humanas para executar os serviços de forma adequada e eficiente. II. Metodologia de trabalho: Analisa se a licitante apresenta uma metodologia clara e detalhada para a execução dos serviços, incluindo a identificação das necessidades, a elaboração do plano de trabalho, a execução das atividades, a avaliação dos resultados e a prestação de contas. III. Capacidade técnica e humana: Analisa se a licitante possui recursos humanos e técnicos suficientes para executar os serviços de forma adequada e eficiente. IV. Experiência: Analisa se a licitante possui experiência anterior em serviços semelhantes aos que estão sendo licitados. V. Recursos financeiros: Analisa se a licitante possui recursos financeiros suficientes para executar os serviços de forma adequada e eficiente. VI. Organização: Analisa se a licitante possui uma estrutura organizacional adequada para executar os serviços de forma adequada e eficiente. VII. Comunicação: Analisa se a licitante possui uma estratégia de comunicação clara e detalhada para a execução dos serviços. VIII. Avaliação de riscos: Analisa se a licitante possui uma estratégia de avaliação de riscos clara e detalhada para a execução dos serviços. IX. Sustentabilidade: Analisa se a licitante possui uma estratégia de sustentabilidade clara e detalhada para a execução dos serviços. X. Inovação: Analisa se a licitante possui uma estratégia de inovação clara e detalhada para a execução dos serviços.	1,10	1,10	1,10	2,00	1,00	Não abordou com profundidade o conhecimento sobre a história do Sesc, não aborda a visão, papel e valores, apresenta um enfoque social e cultural de forma breve. Não citou dados ou fontes de pesquisa do Sesc.		
	1,10	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	Não demonstra os públicos-alvo do Sesc-GR (empregados, comunidade em geral e colaboradores internos), não aborda os valores, sua dinâmica, formas de interação e as relações na construção das ações promocionais com esses públicos. Apresenta conexões a brevemente as conexões como público.	
	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	Não avalia os desafios externos que impactam o Sesc, como cenário econômico, a concorrência com outras instituições e transformações sociais.	
	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	Não demonstra entendimento completo do briefing apresentado. Deixou de mencionar a meta específica do objetivo de alcançar 10 mil pessoas em 2025, bem como o detalhe de apresentar todas as oportunidades para divulgar o maior número de serviços prestados e eventos realizados pelo Sesc.	
	4,20	4,10	4,10	6,00	4,00			
	b. Estratégia de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS
	I. Integração das ações: Analisa o quanto a proposta demonstra uma consistência e coerência dos conhecimentos técnicos e estratégicos do marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e integrado em todas as etapas. II. Segmentação de mercado: Analisa se a licitante possui uma estratégia clara de segmentação de mercado, identificando os públicos-alvo e suas necessidades. III. Posicionamento: Analisa se a licitante possui uma estratégia clara de posicionamento, identificando a proposta de valor e os diferenciais competitivos. IV. Mix de marketing: Analisa se a licitante possui uma estratégia clara de mix de marketing, incluindo a comunicação, a promoção, a venda, a distribuição e o atendimento ao cliente. V. Orçamento: Analisa se a licitante possui um orçamento claro e detalhado para a execução da estratégia de marketing. VI. Avaliação de resultados: Analisa se a licitante possui uma estratégia clara de avaliação de resultados, incluindo a identificação das métricas e a metodologia de análise. VII. Sustentabilidade: Analisa se a licitante possui uma estratégia de sustentabilidade clara e detalhada para a execução da estratégia de marketing. VIII. Inovação: Analisa se a licitante possui uma estratégia de inovação clara e detalhada para a execução da estratégia de marketing. IX. Responsabilidade social: Analisa se a licitante possui uma estratégia de responsabilidade social clara e detalhada para a execução da estratégia de marketing. X. Ética: Analisa se a licitante possui uma estratégia de ética clara e detalhada para a execução da estratégia de marketing.	1,55	1,60	1,50	2,00	1,00	A estratégia não responde todas as questões de "o quê", "quem", "como", "quando", e "onde". Evidencia um planejamento estruturado porém não integra todas as etapas.	
		1,15	1,00	1,10	2,00	1,00	A estratégia não contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do Sesc, tampouco propõe uma atuação integrada que potencialize os resultados e evite esforços dispersos. Não utiliza as unidades do Sesc em qualquer atividade.	
		1,60	1,60	1,50	2,00	1,00	A estratégia proposta está alinhada com a identidade institucional do Sesc e sua cultura organizacional. Não aborda o objetivo estabelecido no briefing de promover os serviços prestados pelo Sesc.	
		0,70	0,75	0,80	1,00	0,50	Estabeleceu na mensagem o conceito "Seas nas pontas. De corra, pra vida", justificando suas descobertas. A mensagem é adequada ao público-alvo, os temas escolhidos são adequados. Os indicadores propostos permitem uma análise eficaz dos resultados.	
0,70		0,80	0,80	1,00	0,50	A estratégia pode ser implementada de forma prática e realista em toda uma ação proposta, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o contexto operacional.		
1,80		1,75	1,70	2,00	1,00	Os recursos financeiros foram demonstrados e utilizados de forma racional, os quais foram explicados no quadro E - Plano de Implementação.		
1,50		1,60	1,50	2,00	1,00	A proposta apresenta uma diversidade de ações, utiliza a tecnologia como a principal ferramenta, VR com conteúdo de vídeo 360°, mas algumas ações não estão e não podem ser aplicadas em marketing promocional.		
9,00		8,10	8,90	12,00	6,00			
c. Manutenção de Resultados		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
I. Continuidade das ações: Analisa se a licitante possui uma estratégia clara de continuidade das ações, incluindo a identificação das responsabilidades e a metodologia de acompanhamento. II. Avaliação de resultados: Analisa se a licitante possui uma estratégia clara de avaliação de resultados, incluindo a identificação das métricas e a metodologia de análise. III. Sustentabilidade: Analisa se a licitante possui uma estratégia de sustentabilidade clara e detalhada para a execução das ações. IV. Inovação: Analisa se a licitante possui uma estratégia de inovação clara e detalhada para a execução das ações. V. Responsabilidade social: Analisa se a licitante possui uma estratégia de responsabilidade social clara e detalhada para a execução das ações. VI. Ética: Analisa se a licitante possui uma estratégia de ética clara e detalhada para a execução das ações. VII. Comunicação: Analisa se a licitante possui uma estratégia de comunicação clara e detalhada para a execução das ações. VIII. Avaliação de riscos: Analisa se a licitante possui uma estratégia de avaliação de riscos clara e detalhada para a execução das ações. IX. Sustentabilidade: Analisa se a licitante possui uma estratégia de sustentabilidade clara e detalhada para a execução das ações. X. Inovação: Analisa se a licitante possui uma estratégia de inovação clara e detalhada para a execução das ações.		2,30	2,40	2,35	3,00	1,50	Deixou de mencionar a meta específica do objetivo de alcançar 10 mil pessoas em 2025, bem como o detalhe de apresentar todas as oportunidades para divulgar o maior número de serviços prestados e eventos realizados pelo Sesc. Apresenta uma estratégia de marketing promocional.	
	2,65	2,70	2,75	3,00	1,50	O desempenho da ação dos indicadores para as métricas e unidades de análise não apresenta dados de forma clara e adequada, utiliza ferramentas integradas com as plataformas corporativas. Apresenta boas metodologias para avaliar os dados e para medir o desempenho da estratégia.		
	2,75	2,70	2,65	3,00	1,50	A metodologia proposta para manutenção na mídia pública com a utilização de recursos e ferramentas disponíveis na apresentação da captação das informações do público. Sem comprometer a qualidade da avaliação.		
	7,70	7,80	7,75	9,00	4,50			
	d. Solução de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS
	I. Adequação das ações: Analisa se as ações e materiais propostos estão coerentes e integrados à estratégia geral de marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidos. II. Períodos e prazos: Analisa se os prazos e datas das ações são adequados ao público-alvo, ao contexto do Sesc-GR e ao tema do projeto, evitando ações que não tragam resultados efetivos. III. Mensagem: Analisa se a mensagem é clara e adequada ao público-alvo, considerando o contexto do Sesc-GR e o tema do projeto. IV. Avaliação de riscos: Analisa se a licitante possui uma estratégia clara de avaliação de riscos para a execução das ações. V. Sustentabilidade: Analisa se a licitante possui uma estratégia de sustentabilidade clara e detalhada para a execução das ações. VI. Inovação: Analisa se a licitante possui uma estratégia de inovação clara e detalhada para a execução das ações. VII. Responsabilidade social: Analisa se a licitante possui uma estratégia de responsabilidade social clara e detalhada para a execução das ações. VIII. Ética: Analisa se a licitante possui uma estratégia de ética clara e detalhada para a execução das ações. IX. Comunicação: Analisa se a licitante possui uma estratégia de comunicação clara e detalhada para a execução das ações. X. Avaliação de resultados: Analisa se a licitante possui uma estratégia clara de avaliação de resultados para a execução das ações.	1,95	2,00	1,90	2,50	1,25	As ações estão coerentes e integradas à estratégia de marketing, sendo que algumas ações e peças não reforçam os serviços prestados pelo Sesc, nas Peças de ações na divulgação da campanha, Peças 5 - Atuação no mercado. Exemplo de fazer. Algumas peças pouco atrativas e de pouco resultado considerando as suas diretrizes institucionais e o público-alvo.	
		1,80	1,90	1,80	2,50	1,25	Ações e materiais são adequados ao público-alvo, porém apresentam uma abordagem pouco atrativa e pouco resultado considerando as suas diretrizes institucionais e o público-alvo.	
		2,10	2,10	2,00	2,50	1,25	Ações e materiais são adequados ao público-alvo, porém apresentam uma abordagem pouco atrativa e pouco resultado considerando as suas diretrizes institucionais e o público-alvo.	
		2,20	2,30	2,25	2,50	1,25	O plano de divulgação é apresentado por evento, estabelecendo o período, segmentando o público-alvo e o tipo das ações.	
		2,15	2,10	2,10	2,50	1,25	Apresentou diferenciais criativos por conta da tecnologia utilizada na Peça 3 - Atuação no mercado. Também na Peça 5 - Atuação no mercado, mas com pouco potencial de impacto.	
2,20		2,20	2,20	2,50	1,25	A proposta é executável dentro do orçamento, a solução é passível de implementação sem risco de estopimento financeiro, com uma boa abordagem.		
12,40		12,70	12,35	16,00	7,50			
e. Plano de implementação		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
I. Adequação do cronograma: Verifica se o cronograma proposto é realista, detalhado e compatível com as atividades necessárias para a execução do projeto. II. Recursos humanos: Verifica se a licitante possui recursos humanos suficientes para executar o projeto. III. Recursos financeiros: Verifica se a licitante possui recursos financeiros suficientes para executar o projeto. IV. Avaliação de riscos: Verifica se a licitante possui uma estratégia clara de avaliação de riscos para a execução do projeto. V. Sustentabilidade: Verifica se a licitante possui uma estratégia de sustentabilidade clara e detalhada para a execução do projeto. VI. Inovação: Verifica se a licitante possui uma estratégia de inovação clara e detalhada para a execução do projeto. VII. Responsabilidade social: Verifica se a licitante possui uma estratégia de responsabilidade social clara e detalhada para a execução do projeto. VIII. Ética: Verifica se a licitante possui uma estratégia de ética clara e detalhada para a execução do projeto. IX. Comunicação: Verifica se a licitante possui uma estratégia de comunicação clara e detalhada para a execução do projeto. X. Avaliação de resultados: Verifica se a licitante possui uma estratégia clara de avaliação de resultados para a execução do projeto.		7,40	7,30	7,40	7,50	3,75	O cronograma é realista para as ações propostas, com 35 dias para desenvolvimento de ações, organização, produção e atividades previstas compatíveis com as etapas para a execução do projeto.	
		6,60	6,60	6,70	7,50	3,75	A estratégia é economicamente viável. Na execução podem haver uma maior utilização das unidades do Sesc nas atividades. Utilização de recursos com menor custo e melhor possível, no entanto poderiam priorizar atividades com maiores resultados efetivos.	
	7,40	7,30	7,40	7,50	3,75			
	7,40	7,30	7,40	7,50	3,75			
	7,40	7,30	7,40	7,50	3,75			
	7,40	7,30	7,40	7,50	3,75			
	7,40	7,30	7,40	7,50	3,75			
	7,40	7,30	7,40	7,50	3,75			
	7,40	7,30	7,40	7,50	3,75			
	7,40	7,30	7,40	7,50	3,75			
TOTAL		14,00	13,90	14,10	16,00	7,50		

ANALISTA 1
ANALISTA 2
ANALISTA 3

[illegible]

NOME COMPLETO		Seu melhor tempo e ser feliz																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
---------------	--	------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

AVALIADOR 1
AVALIADOR 2
AVALIADOR 3

NOME COMPLETO					Conselheiros que movem Brasília					PERÍODO:							
Nº		5															
a. RACIOCÍNIO BÁSICO					NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS							
Compreensão sobre o SiseC-DF: Analisa se a iniciativa demonstra plano estratégico sobre o papel institucional do SiseC-DF, sua missão, seus valores, suas objetivos, sua atuação, sua importância e sua atuação no âmbito Federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contexto, sua história e sua importância. Relação do contexto com suas propostas: Verifica se a iniciativa compreende quais são os desafios, as oportunidades e as necessidades da instituição, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Relação do contexto com suas propostas: Verifica se a iniciativa compreende quais são os desafios, as oportunidades e as necessidades da instituição, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.					1,80	1,60	1,75	2,00	1,00	Aborda o papel da instituição, sua visão, missão e valores. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC. Destaca os objetivos estratégicos de atuação e sua importância, demonstrando conhecimento do SiseC, dos objetivos e das formas de atuação que o SiseC mantém com os públicos de forma detalhada. Não há nenhum comparativo ou análise de desafios atuais que possa impactar o SiseC em nenhum dos eixos sociais, econômicos, ambientais ou culturais. Demonstra conhecimento do SiseC. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC.							
					1,90	1,80	1,90	2,00	1,00								
					1,20	1,10	1,20	2,00	1,00								
					1,80	1,90	1,85	2,00	1,00								
					6,70	6,30	6,70	8,00	4,00								
b. Estratégia de Marketing Promocional					NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS							
Integração das competências e estratégias: Avalia o quanto a proposta demonstra uso consistente e coerente das competências técnicas e estratégicas das marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e integrado. Integração das ações e unidades do SiseC-DF: Analisa se a estratégia contempla a colaboração e integração entre as diversas áreas e unidades do SiseC-DF, promovendo uma atuação integrada que potencialize resultados e seja efetiva. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Relação do contexto com suas propostas: Verifica se a iniciativa compreende quais são os desafios, as oportunidades e as necessidades da instituição, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.					1,90	1,90	1,90	2,00	1,00	Aborda o papel da instituição, sua visão, missão e valores. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC. Destaca os objetivos estratégicos de atuação e sua importância, demonstrando conhecimento do SiseC, dos objetivos e das formas de atuação que o SiseC mantém com os públicos de forma detalhada. Não há nenhum comparativo ou análise de desafios atuais que possa impactar o SiseC em nenhum dos eixos sociais, econômicos, ambientais ou culturais. Demonstra conhecimento do SiseC. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC.							
					2,00	2,00	2,00	2,00	1,00								
					1,90	1,90	1,90	2,00	1,00								
					0,90	0,90	0,90	1,00	0,50								
					0,90	0,90	0,90	1,00	0,50								
					1,70	1,70	1,75	2,00	1,00								
					1,80	1,70	1,75	2,00	1,00								
					11,10	10,80	11,10	12,00	6,00								
					c. Mensuração de Resultados						NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
					Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa se a iniciativa demonstra plano estratégico sobre o papel institucional do SiseC-DF, sua missão, seus valores, suas objetivos, sua atuação, sua importância e sua atuação no âmbito Federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contexto, sua história e sua importância. Relação do contexto com suas propostas: Verifica se a iniciativa compreende quais são os desafios, as oportunidades e as necessidades da instituição, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Relação do contexto com suas propostas: Verifica se a iniciativa compreende quais são os desafios, as oportunidades e as necessidades da instituição, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.						2,90	2,90	2,90	3,00	1,50	Os objetivos foram bem definidos, assim como a estratégia planejada para alcançar os objetivos. Apresenta uma boa abordagem entre o problema e o objetivo a ser alcançado. O desempenho da iniciativa foi adequado para os objetivos e a análise dos dados da iniciativa foi adequada. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC. A metodologia proposta para mensurar os resultados é adequada e a iniciativa demonstra como a iniciativa vai atuar no âmbito da política pública. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC.	
2,90	2,70	2,75	3,00	1,50													
2,85	2,80	2,80	3,00	1,50													
8,65	8,40	8,45	9,00	4,50													
NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA													
d. Solução de Marketing Promocional					NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS							
Integração das competências e estratégias: Avalia se as ações e propostas propostas estão alinhadas e integradas à estratégia de marketing, considerando os objetivos e a importância da iniciativa. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC. Integração das ações e unidades do SiseC-DF: Analisa se a estratégia contempla a colaboração e integração entre as diversas áreas e unidades do SiseC-DF, promovendo uma atuação integrada que potencialize resultados e seja efetiva. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Relação do contexto com suas propostas: Verifica se a iniciativa compreende quais são os desafios, as oportunidades e as necessidades da instituição, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.					2,45	2,40	2,35	2,50	1,25	As ações estão alinhadas e integradas à estratégia de marketing, considerando os objetivos e a importância da iniciativa. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC. Destaca os objetivos estratégicos de atuação e sua importância, demonstrando conhecimento do SiseC, dos objetivos e das formas de atuação que o SiseC mantém com os públicos de forma detalhada. Não há nenhum comparativo ou análise de desafios atuais que possa impactar o SiseC em nenhum dos eixos sociais, econômicos, ambientais ou culturais. Demonstra conhecimento do SiseC. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC.							
					2,30	2,10	2,20	2,50	1,25								
					2,30	2,20	2,25	2,50	1,25								
					2,30	2,30	2,35	2,50	1,25								
					2,90	1,90	2,00	2,50	1,25								
2,30	2,30	2,30	2,50	1,25													
13,65	13,10	13,45	15,00	7,50													
e. Plano de Implementação					NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS							
Integração das competências e estratégias: Avalia se a iniciativa demonstra plano estratégico sobre o papel institucional do SiseC-DF, sua missão, seus valores, suas objetivos, sua atuação, sua importância e sua atuação no âmbito Federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contexto, sua história e sua importância. Relação do contexto com suas propostas: Verifica se a iniciativa compreende quais são os desafios, as oportunidades e as necessidades da instituição, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Relação do contexto com suas propostas: Verifica se a iniciativa compreende quais são os desafios, as oportunidades e as necessidades da instituição, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais. Conhecimento sobre o SiseC-DF: Analisa a capacidade da iniciativa de compreender o contexto institucional do SiseC-DF, considerando a importância do SiseC-DF, mantendo em suas propostas, Analisa também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.					7,40	7,30	7,40	7,50	3,75	O cronograma é consistente, apresenta estrutura clara e bem detalhada, considerando os objetivos e a importância da iniciativa. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC. O plano apresenta a importância da iniciativa e a sua atuação no âmbito da política pública. Destaca os objetivos sociais e ambientais. Demonstra conhecimento do SiseC.							
					7,40	7,30	7,40	7,50	3,75								
					14,80	14,60	14,80	15,00	7,50								
					NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA								
					TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL								

AVALIADOR 1
AVALIADOR 2
AVALIADOR 3

AVALLADOR 1 
AVALLADOR 2 
AVALLADOR 3 

[illegible]

NOTAS - ENVELOPE A

Nº ENVELOPE	NOTA
1	49,15
2	47,37
3	48,22
4	49,08
5	54,13
6	45,68
7	47,12

CLASSIFICAÇÃO ENVELOPES

Nº ENVELOPE	NOTA
5	54,13
1	49,15
4	49,08
3	48,22
2	47,37
7	47,12
6	45,68

NOTAS - ENVELOPE A	
Nº ENVELOPE	NOTA
1	49,15
2	47,37
3	48,22
4	49,08
5	54,13
6	45,68
7	47,12

CLASSIFICAÇÃO ENVELOPES	
Nº ENVELOPE	NOTA
5	54,13
1	49,15
4	49,08
3	48,22
2	47,37
7	47,12
6	45,68

RELATÓRIO DA CONCORRÊNCIA Nº 11/2025 - SESC - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA (ENVELOPE A)									
NOME COMPLETO		A corrida que virou festival							
Nº	1							PERÍODO:	
a. RACIOCÍNIO BÁSICO		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Compreensão sobre o Sesc-DF - Analisa se a licitante demonstra pleno entendimento sobre o papel institucional do Sesc-DF, sua missão, seus valores, seus objetivos sociais e culturais, e a sua atuação no âmbito federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contratante, sua história e seus propósitos.		1,50	1,65	1,55	2,00	1,00	Demonstrou conhecimento sobre o papel institucional do Sesc e sua história e sua atuação no DF. Apresenta os objetivos sociais e culturais, citou seus eixos de atuação. Não aborda o público interno como público alvo, não destacou o desafio de 10 mil inscritos.		
II. Relações do contratante com seus públicos - Verifica se a licitante compreende quais são os públicos estratégicos do Sesc-DF (como comerciantes, empresários do comércio, comunidade em geral e colaboradores internos) e se entende as dinâmicas, os interesses e as formas de interação que o Sesc-DF mantém com esses públicos. Avalia também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.		1,20	1,25	1,30	2,00	1,00	Destaca os públicos estratégicos do Sesc-DF (comerciantes e comunidade em geral), não incluindo os colaboradores internos. Falta uma abordagem sobre as formas de interação que o Sesc mantém com esses públicos, bem como na dinâmica e nas relações da construção das ações promocionais.		
III. Desafios no contexto social, econômico e comercial - Avalia a capacidade da licitante de reconhecer os desafios externos que impactam o Sesc-DF, como cenário econômico, mudanças no comportamento do consumidor, concorrência com outras instituições e transformações sociais. Espera-se que a empresa demonstre sensibilidade e visão estratégica sobre como esses fatores influenciam as ações de comunicação e marketing promocional.		1,10	1,20	1,15	2,00	1,00	Avalia o crescimento da prática de corridas. Não aborda a concorrência com outras instituições e transformações sociais, bem como a influência desses fatores nas ações de comunicação e marketing promocional.		
IV. Desafio e objetivos do briefing - Analisa se a licitante compreendeu corretamente o briefing apresentado, identificando de forma precisa qual são os problemas, necessidades, desafios e objetivos que o Sesc-DF busca resolver com essa contratação. Isso inclui clareza sobre os resultados esperados, o público-alvo, os objetivos institucionais e a proposta de valor das ações promocionais.		1,50	1,50	1,45	2,00	1,00	Demonstrou conhecimento do briefing apresentando: Deixou de mencionar a meta específica do objetivo de alcançar 10 mil inscritos em 2025 e não apresenta o público colaboradores internos do Sesc como alvo estratégico.		
TOTAL		5,30	5,60	5,45	8,00	4,00			
b. Estratégia de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Integração dos conhecimentos e estratégia - Avalia o quanto a proposta demonstra tipo consistente o conteúdo dos conhecimentos teóricos e estratégias de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e integrado em toda a proposta.		1,60	1,70	1,60	2,00	1,00	A estratégia não responde todos os quesitos de "o quê?", "quem?", "como?", "quando?", e "onde?". Evidencia um planejamento estruturado porém não interligou todas as etapas.		
II. Integração de áreas e unidades do Sesc-DF - Verifica se a estratégia contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do Sesc-DF, promovendo uma atuação integrada que potencialize resultados e evite esforços desperdiçados.		1,00	1,15	1,10	2,00	1,00	A estratégia não contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do Sesc tampouco promove uma atuação integrada que potencialize os resultados e evite esforços desperdiçados. Utiliza as unidades apenas como medidas do número de inscritos.		
III. Mensagem e missão, visão e valores - Confirma se a estratégia está alinhada com a identidade institucional do Sesc-DF, respeitando e promovendo seus princípios, objetivos institucionais e cultura organizacional.		1,85	1,90	1,80	2,00	1,00	A estratégia proposta está alinhada com a identidade institucional do Sesc, promove os princípios, objetivos institucionais e a cultura organizacional.		
IV. Consistência formal (mensagem, público, meios, intermediários) - Analisa a coerência entre os elementos técnicos: se a mensagem é adequada ao público-alvo, se os meios escolhidos são os mais adequados para atingir-lo, e se as indicações propostas permitem avaliar corretamente os resultados.		0,70	0,80	0,70	1,00	0,50	Estabeleceu na mensagem o conceito "A corrida que virou festival", justificando as interpretações. A mensagem é adequada ao público alvo, os meios escolhidos são adequados. Os indicadores propostos permitem uma avaliação dos resultados.		
V. Viabilidade técnica e executabilidade - Avalia se a estratégia pode ser implementada de forma prática e realista, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o conteúdo operacional.		0,95	0,90	0,90	1,00	0,50	A estratégia pode ser implementada e forma prática e realista em cada uma das ações propostas, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o conteúdo operacional.		
VI. Alocação dos recursos financeiros - Descreve os recursos financeiros de utilização de forma racional, evitando desperdícios e buscando o melhor custo-benefício para a execução das ações.		1,75	1,80	1,80	2,00	1,00	Os recursos financeiros foram demonstrados e utilizados de forma racional, os quais foram explicitados no quesito E - Plano de Implementação.		
VII. Aplicação de soluções inovadoras - Identificar se a proposta apresenta criatividade e inovação, utilizando novas ideias, tecnologias ou abordagens que possam diferenciar e potencializar o marketing promocional.		1,40	1,50	1,45	2,00	1,00	A proposta apresenta uma diversidade de ações, utiliza a tecnologia de Inteligência Artificial como Peça 3 - Tótem Interativo SescLima, mas algumas ações não são atrativas e não potencializam o marketing promocional.		
TOTAL		9,15	9,75	9,25	12,00	6,00			
c. Mensuração de Resultados		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Coerência entre desafio, objetivos, estratégia e mensuração - Confirmar se existe alinhamento claro entre o problema ou desafio identificado, os objetivos definidos, a estratégia planejada e os métodos de mensuração propostos.		2,45	2,50	2,55	3,00	1,50	Deixou de mencionar a meta específica do objetivo de alcançar 10 mil inscritos em 2025. Apresenta a definição dos objetivos, a estratégia planejada de forma clara e as métricas de mensuração propostas.		
II. Definição de indicadores, métricas e metodologia - Avaliar a adequação e a clareza dos indicadores escolhidos, das métricas aplicadas e da metodologia para coletar e analisar os dados, garantindo que sejam apropriados para medir o desempenho da estratégia.		2,75	2,80	2,75	3,00	1,50	O desempenho da escolha dos indicadores para as métricas e análise dos dados são apresentados de forma clara e adequada. Apresenta boa metodologia para analisar os dados e para medir o desempenho da estratégia.		
III. Exequibilidade da metodologia - Verificar se a metodologia proposta para mensuração é prática e pode ser aplicada com os recursos, tempo e pessoal disponíveis, sem comprometer a qualidade da avaliação.		2,70	2,75	2,65	3,00	1,50	A metodologia proposta para mensuração se mostra prática com a utilização de recursos e tecnologias disponíveis como a utilização de Inteligência Artificial na captação das informações do público. Bem compreende a qualidade da avaliação.		
TOTAL		7,90	8,05	7,95	9,00	4,50			
d. Solução de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Alinhamento das ações/materiais à estratégia - Avaliar se as ações e materiais propostos estão coerentes e integrados à estratégia geral de marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidos.		1,80	1,85	1,80	2,50	1,25	As ações estão coerentes, apresenta uma boa diversificação das ações, sendo que algumas delas são pouco originais e com pouca atratividade, como Peça 9 - Fechamento com artes estilo lanche-lanche. Peça 8 - Pódio de premiação com uma paleta de cores bem infantil e a cama elástica interativa. Na estratégia da Peça 2 - Mini circuito Sesc nas Pontes, não divulga os diversos serviços prestados pelo Sesc, limitando-se apenas a saúde. As ações geram pouco resultado considerando as suas utilizações restritas a pequenos grupos ou indivíduos.		
II. Perímetro das ações/materiais - Verificar se as ações e materiais são adequados ao público-alvo, ao contexto do Sesc-DF e às metas do projeto, evitando esforços que não tragam resultados efetivos.		1,75	1,80	1,85	2,50	1,25	Ações e materiais são adequadas ao público alvo, porém algumas ações não contemplam esforços com resultado efetivo relativamente às inscrições para a corrida. Em relação ao contexto da divulgação, não propõe ações com estratégia nas unidades do Sesc.		
III. Adequação da infraestrutura e logística - Analisar se a estrutura física, tecnológica e logística prevista é suficiente e adequada para suportar a implementação das ações de marketing.		2,10	2,10	2,20	2,50	1,25	A infraestrutura física, tecnológica e logística prevista, são suficientes e adequadas para suportar a implementação das ações. A Peça 2 - Mini circuito Sesc nas Pontes, apresenta detalhamento completo para a implementação da atuação.		
IV. Adequação do plano de divulgação - Confirmar se o plano de divulgação está bem planejado, contemplando os canais corretos, frequência, segmentação e timing adequados para maximizar o alcance e impacto.		2,20	2,20	2,30	2,50	1,25	O Plano de divulgação é apresentado por ativação, estabelecendo o período, segmentação do público alvo e o timing das ativações.		
V. Organização da solução - Identificar se a solução apresenta diferenças criativas que possam destacar o Sesc-DF e gerar maior engajamento do público.		2,10	2,15	2,00	2,50	1,25	Apresentou diferencial criativo por conta da tecnologia utilizando Inteligência Artificial como a Peça 3 - Tótem interativo para captação de inscrições e divulgação do portfólio Sesc com a SescLima. Algumas atividades com pouco potencial de alcance.		
VI. Exequibilidade dentro do orçamento - Avaliar se a solução pode ser implementada respeitando o orçamento disponível, sem risco de extrapolção financeira.		2,35	2,30	2,25	2,50	1,25	A proposta é exequível dentro do orçamento, a solução é passível de implementação sem risco de extrapolção financeira, com uma boa decupagem.		
TOTAL		12,30	12,40	12,40	15,00	7,50			
e. Plano de Implementação		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Adequação do cronograma - Verificar se o cronograma proposto é realista, detalhado e compatível com as etapas necessárias para implementar a estratégia e as ações.		7,00	7,10	7,05	7,50	3,75	O cronograma é realista para as ações propostas, contendo 28 páginas discriminando as ações, orçamentos, prazos e atividades previstas, compatível com as etapas para implementar as ações.		
II. Eficiência, economicidade e otimização dos recursos - Avaliar se o plano descreve a melhor utilização dos recursos (tempo, humanos, financeiros), buscando resultados máximos com o menor custo e esforço possível.		6,90	7,00	7,00	7,50	3,75	A otimização e economicidade da verba foi apresentada. Na eficiência poderia haver uma maior utilização das unidades do Sesc nas ativações. Utilização de recursos com menor custo e esforço possível, no entanto poderiam propor ativações com maiores resultados efetivos.		
TOTAL		13,90	14,10	14,05	15,00	7,50			

AVALIADOR 1
AVALIADOR 2
AVALIADOR 3

RELATÓRIO DA CONCORRÊNCIA Nº 11/2025 - SESC - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA (ENVELOPE A)									
NOME COMPLETO		Sesc nas pontes. Do corre, pra vida							
Nº	2							PERÍODO:	
a. RACIOCÍNIO BÁSICO		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Compreensão sobre o Sesc-DF - Analisa se o licitante demonstra pleno entendimento sobre o papel institucional do Sesc-DF, sua missão, seus valores, seus objetivos sociais e culturais, e a sua atuação no Distrito Federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contratante, sua história e seus objetivos.		1,10	1,10	1,10	2,00	1,00	Não abordou com profundidade o conhecimento sobre a história do Sesc. Não aborda a visão, papel e valores, apresenta os objetivos sociais e culturais de forma breve. Não citou todos os eixos de atuação do Sesc.		
II. Relações do contratante com seus públicos - Verifica se o licitante compreende quais são os públicos estratégicos do Sesc-DF (como consumidores, empregados do comércio, comunidade em geral e colaboradores internos) e se entende as dinâmicas, os interesses e as formas de interação que o Sesc-DF mantém com esses públicos. Avalia também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.		1,10	1,00	1,00	2,00	1,00	Não demonstra os públicos estratégicos do Sesc-DF (empregados, comunidade em geral e colaboradores internos), não aborda os interesses, sua dinâmica, formas de interação e as relações na construção das ações promocionais com esses públicos. Apresenta comedores e brevemente os destinatários como público.		
III. Desafios no contexto social, econômico e concorrencial - Avalia a capacidade do licitante de reconhecer os desafios externos que impactam o Sesc/DF, como cenário econômico, mudanças no comportamento do consumidor, concorrência com outras instituições e transformações sociais. Espera-se que a empresa demonstre sensibilidade e visão estratégica sobre como esses fatores influenciam as ações de comunicação e marketing promocional.		1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	Não avalia os desafios externos que impactam o Sesc, como cenário econômico, a concorrência com outras instituições e transformações sociais e como esses fatores influenciam as ações de comunicação em marketing promocional.		
IV. Desafio e objetivos do briefing - Analisa se o licitante compreendeu corretamente o briefing apresentado, identificando de forma precisa quais são os problemas, necessidades, desafios e objetivos que o Sesc-DF busca resolver com essa contratação. Isso inclui clareza sobre os resultados esperados, o público-alvo, os objetivos institucionais e a proposta de valor das ações promocionais.		1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	Não demonstrou entendimento completo do briefing apresentado. Deixou de mencionar a meta específica do objetivo de alcançar 10 mil inscritos em 2025, bem como o desafio de aproveitar todas as oportunidades para divulgar o maior número de serviços prestados e eventos realizados pelo Sesc.		
TOTAL		4,20	4,10	4,10	8,00	4,00			
b. Estratégia de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Integração dos conhecimentos e estratégia - Avalia o quanto a proposta demonstra (ou omite) consistência e coerência dos conhecimentos técnicos e estratégias de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e integrado em todo o plano.		1,55	1,60	1,50	2,00	1,00	A estratégia não responde todos os quesitos de 'o quê?', 'quem?', 'como?', 'quando?' e 'onde?'. Evidencia um planejamento estruturado porém não interligou todas as etapas.		
II. Integração de áreas e unidades do Sesc-DF - Verifica se a estratégia contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do Sesc-DF, promovendo uma atuação integrada que potencialize resultados e evite esforços dispersos.		1,15	1,00	1,10	2,00	1,00	A estratégia não contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do Sesc tampouco promove uma atuação integrada que potencialize os resultados e evite esforços dispersos. Não utiliza as unidades do Sesc em qualquer atividade.		
III. Adequação à missão, visão e valores - Confirma se a estratégia está alinhada com a identidade institucional do Sesc-DF, considerando e promovendo seus princípios, objetivos institucionais e cultura organizacional.		1,60	1,60	1,50	2,00	1,00	A estratégia proposta está alinhada com a identidade institucional do Sesc e sua cultura organizacional. Não abordou o objetivo estabelecido no briefing de promover os serviços prestados pelo Sesc.		
IV. Consistência técnica (mensagem, público, meios, indicadores) - Analisar a coerência entre os elementos técnicos: se a mensagem é adequada ao público-alvo, se os meios escolhidos são os mais eficazes para atingir-lo, e se os indicadores propostos permitem avaliar corretamente os resultados.		0,70	0,75	0,80	1,00	0,50	Estabeleceu na mensagem o conceito "Sesc nas pontes. Do corre, pra vida", justificando seus desdobramentos. A mensagem é adequada ao público alvo, os meios escolhidos são adequados. Os indicadores propostos permitem uma avaliação eficaz dos resultados.		
V. Viabilidade técnica e executabilidade - Avaliar se a estratégia pode ser implementada de forma prática e realista, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o contexto operacional.		0,70	0,80	0,80	1,00	0,50	A estratégia pode ser implementada de forma prática e realista em cada uma das ações propostas, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o contexto operacional.		
VI. Utilização dos recursos financeiros - Estimar se os recursos financeiros são utilizados de forma racional, evitando desperdícios e buscando o melhor custo-benefício para a execução das ações.		1,80	1,75	1,70	2,00	1,00	Os recursos financeiros foram demonstrados e utilizados de forma racional, os quais foram explicitados no quesito E - Plano de Implementação/		
VII. Aplicação de soluções inovadoras - Identificar se a proposta apresenta criatividade e inovação, utilizando novas ideias, tecnologias ou abordagens que possam diferenciar e potencializar o marketing promocional.		1,50	1,60	1,50	2,00	1,00	A proposta apresenta uma diversidade de ações, utiliza a tecnologia como a atuação através VR com conteúdo de visita 360°, mas algumas ações não são atrativas e não potencializam o marketing promocional.		
TOTAL		9,00	9,10	8,90	12,00	6,00			
c. Mensuração de Resultados		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Coerência entre desafio, objetivos, estratégia e mensuração - Confirmar se existe alinhamento claro entre o problema ou desafio identificado, os objetivos definidos, a estratégia planejada e os métodos de mensuração propostos.		2,30	2,40	2,35	3,00	1,50	Deixou de mencionar a meta específica do objetivo de alcançar 10 mil inscritos em 2025, bem como o desafio de aproveitar todas as oportunidades para divulgar o maior número de serviços prestados e eventos realizados pelo Sesc. Apresenta as métricas de mensuração propostas.		
II. Definição de indicadores, métricas e metodologia - Avaliar a adequação e a clareza dos indicadores escolhidos, das métricas aplicadas e da metodologia para coletar e analisar os dados, garantindo que sejam apropriados para medir o desempenho da estratégia.		2,65	2,70	2,75	3,00	1,50	O desempenho da escolha dos indicadores para as métricas e análise dos dados são apropriados de forma clara e adequada, utiliza ferramentas integradas com as plataformas contratadas. Apresenta boa metodologia para analisar os dados e para medir o desempenho da estratégia.		
III. Exequibilidade da metodologia - Verificar se a metodologia proposta para mensuração é prática e pode ser aplicada com os recursos, tempo e pessoal disponíveis, sem comprometer a qualidade da avaliação.		2,75	2,70	2,65	3,00	1,50	A metodologia proposta para mensuração se mostra prática com a utilização de recursos e tecnologias disponíveis na apresentação da captação das informações do público. Sem comprometer a qualidade da avaliação.		
TOTAL		7,70	7,80	7,75	9,00	4,50			
d. Solução de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Alinhamento das ações/materiais à estratégia - Avaliar se as ações e materiais propostos estão coerentes e integrados à estratégia geral de marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidos.		1,90	2,00	1,90	2,50	1,25	As ações estão coerentes e integradas à estratégia de marketing, sendo que algumas ações e peças não reforçam os serviços prestados pelo Sesc, nas Peças de ativações na chegada da corrida, Peça 6 - Ativação microtúnel, Elabó de lare. Algumas peças pouco atrativas e de pouco resultado considerando as suas dimensões restritas e pequenos grupos ou indivíduos, como as Peças: peças de chegada (6, 7 e 8), Peça 2 - Folder visita, Peça 1 - Visor/bol bolinha e Peça 3 - Ativação do óculos 360°.		
II. Pertinência das ações/materiais - Verificar se as ações e materiais são adequados ao público-alvo, ao contexto do Sesc-DF e às metas do projeto, evitando esforços que não tragam resultados efetivos.		1,80	1,90	1,80	2,50	1,25	Ações e materiais são adequados ao público alvo, porém algumas ativações não contemplam esforços com resultado efetivo relativamente às inscrições para a corrida e para a divulgação dos serviços prestados pelo Sesc.		
III. Adequação da infraestrutura e logística - Analisar se a estrutura física, tecnológica e logística prevista é suficiente e adequada para suportar a implementação das ações de marketing.		2,10	2,10	2,00	2,50	1,25	A infraestrutura física, tecnológica e logística prevista, são suficientes e adequadas para suportar a implementação das ações. Algumas ativações previstas são de baixa complexidade para a montagem da sua infraestrutura.		
IV. Otimização da solução - Identificar se a solução apresenta diferenciais criativos que possam destacar o Sesc-DF e gerar maior engajamento do público.		2,20	2,30	2,25	2,50	1,25	O Plano de divulgação é apresentado por ativação, estabelecendo o período, segmentação do público alvo e o timing das ativações.		
V. Criatividade e inovação - Avaliar se a solução apresenta diferenciais criativos que possam destacar o Sesc-DF e gerar maior engajamento do público.		2,15	2,10	2,10	2,50	1,25	Apresentou diferenciais criativos por conta da tecnologia utilizada na Peça 3 - Ativação Óculos VR, também a Peça 8 - Ativação Tótem de chegada, mas com pouco potencial de alcance.		
VI. Exequibilidade dentro do orçamento - Avaliar se a solução pode ser implementada respeitando o orçamento disponível, sem riscos de extrapolção financeira.		2,20	2,30	2,30	2,50	1,25	A proposta é exequível dentro do orçamento, a solução é passível de implementação sem risco de extrapolção financeira, com uma boa descaupagem.		
TOTAL		12,40	12,70	12,35	15,00	7,50			
e. Plano de Implementação		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Adequação do cronograma - Verificar se o cronograma proposto é realista, detalhado e compatível com as etapas técnicas para implementar a estratégia e as ações.		7,40	7,30	7,40	7,50	3,75	O cronograma é realista para as ações propostas, contendo 35 páginas discriminando as ações, orçamentos, prazos e atividades previstas, compatível com as etapas para implementar as ações.		
II. Eficiência, economicidade e otimização dos recursos - Avaliar se o plano demonstra a melhor utilização dos recursos (tempo, humanos, financeiros), buscando resultados positivos para o menor custo e esforço possível.		6,60	6,60	6,70	7,50	3,75	A otimização e economicidade da verba foi apresentada. Na eficiência poderia haver uma maior utilização das unidades do Sesc nas ativações. Utilização de recursos com menor custo e esforço possível, no entanto poderiam propor ativações com maiores resultados efetivos.		
TOTAL		14,00	13,90	14,10	15,00	7,50			

AVALIADOR 1
AVALIADOR 2
AVALIADOR 3

RELATÓRIO DA CONCORRÊNCIA Nº 11/2025 - SESC - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA (ENVELOPE A)									
NOME COMPLETO			Mais Sesc no seu core						
Nº	3		PERÍODO:						
a. RACIOCÍNIO BÁSICO			NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
I. Compreensão sobre o Sesc-DF - Analisa se o licitante demonstra pleno entendimento sobre o papel institucional do Sesc-DF, sua missão, seus valores, seus objetivos sociais e culturais, e a sua atuação no Distrito Federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contratante, sua história e seus objetivos.			1,75	1,80	1,70	2,00	1,00	Abordou com profundidade o conhecimento sobre a história do Sesc. Compreende a visão, missão e valores, apresenta os objetivos sociais, culturais e demais.	
II. Relações do contratante com seus públicos - Verifica se o licitante compreende quais são os públicos estratégicos do Sesc-DF (como consumidores, empregados do comércio, comunidade em geral e colaboradores internos) e se entende as dinâmicas, os interesses e as formas de interação que o Sesc-DF mantém com esses públicos. Avalia também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.			1,00	1,00	1,10	2,00	1,00	Não aborda as formas de interação e as relações que o Sesc mantém com os públicos estratégicos, apresentando apenas os condutos como público alvo, não apresentando os demais (companhias, empresários, comunidade em geral e colaboradores internos).	
III. Desafios no contexto social, econômico e concorrencial - Avalia a capacidade do licitante de reconhecer os desafios externos que impactam o Sesc/DF, como cenário econômico, mudanças no comportamento do consumidor, concorrência com outras instituições e transformações sociais. Espera-se que a empresa demonstre sensibilidade e visão estratégica sobre como esses fatores influenciam as ações de comunicação e marketing promocional.			1,20	1,30	1,25	2,00	1,00	Aborda o número de corridas no mesmo dia do evento e do número de participantes. Não há nenhum comparativo relativo ao cenário econômico que possa impactar o Sesc nos cenários citados como exemplo. Não aborda a concorrência com outras instituições e transformações sociais, bem como a influência desses fatores nas ações de comunicação e marketing promocional.	
IV. Detalhe e objetivos do briefing - Analisa se o licitante compreendeu corretamente o briefing apresentado, identificando de forma precisa quais são os problemas, necessidades, desafios e objetivos que o Sesc-DF busca resolver com essa contratação. Isso inclui clareza sobre os resultados esperados, o público-alvo, os objetivos institucionais e a proposta de valor das ações promocionais.			1,45	1,50	1,50	2,00	1,00	Demonstrou entendimento do briefing apresentado e dos objetivos que a instituição busca solucionar. Não abordou o resultado esperado de 10 mil inscritos para 2025.	
TOTAL			5,40	5,60	5,55	8,00	4,00		
b. Estratégia de Marketing Promocional			NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
I. Integração dos conhecimentos e estratégias - Avalia o quanto a proposta demonstra (ou omite) consistência e coerência dos conhecimentos técnicos e estratégias de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e integrado ao longo de todas as etapas.			1,75	1,80	1,80	2,00	1,00	A estratégia responde aos quesitos de "o quê?", "quem?", "quando?" e "onde?", além de ferramentas e indicadores aplicados para a mensuração de resultados, evidenciando planejamento bem estruturado e integrado em todas as etapas.	
II. Integração de áreas e unidades do Sesc-DF - Verifica se a estratégia contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do Sesc-DF, promovendo uma atuação integrada que potencialize resultados e evite esforços duplicados.			1,45	1,40	1,45	2,00	1,00	A estratégia contempla a colaboração e sinergia entre as diversas unidades do Sesc, com uma atuação integrada, porém restringiu o material de divulgação da corrida e inscrições às academias de cada unidade.	
III. Adesão à missão, visão e valores - Confirma se a estratégia está alinhada com a identidade institucional do Sesc-DF, considerando e promovendo seus princípios, objetivos institucionais e cultura organizacional.			1,80	1,90	1,85	2,00	1,00	A estratégia proposta está alinhada com a identidade institucional do Sesc, promove os princípios, objetivos institucionais e a cultura organizacional.	
IV. Consistência técnica (mensagem, público, meios, indicadores) - Analisar a coerência entre os elementos técnicos: se a mensagem é adequada ao público-alvo, se os meios escolhidos são os mais eficazes para atingir-lo, e se os indicadores propostos permitem avaliar corretamente os resultados.			0,85	0,90	0,95	1,00	0,50	Estabeleceu na mensagem o conceito "Sesc no seu core", justificando seus desdobramentos. A mensagem é adequada ao público alvo, os meios escolhidos são adequados, integrando com o promocional com o ambiente digital. Os indicadores propostos permitem uma avaliação mais eficaz dos resultados.	
V. Viabilidade técnica e executabilidade - Avaliar se a estratégia pode ser implementada de forma prática e realista, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o contexto operacional.			0,85	0,80	0,90	1,00	0,50	A estratégia pode ser implementada e forma prática e realista em cada uma das ações propostas, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o contexto operacional.	
VI. Utilização dos recursos financeiros - Examinar se os recursos financeiros são utilizados de forma racional, evitando desperdícios e buscando o melhor custo-benefício para a execução das ações.			1,65	1,70	1,75	2,00	1,00	Os recursos financeiros foram demonstrados e utilizados de forma racional, os quais foram explicitados no quesito "E - Plano de Implementação".	
VII. Aplicação de soluções inovadoras - Identificar se a proposta apresenta criatividade e inovação, utilizando novas ideias, tecnologias ou abordagens que possam diferenciar e potencializar o marketing promocional.			1,55	1,50	1,45	2,00	1,00	A proposta apresenta uma diversidade de ações, utiliza a tecnologia como o totem e o cabine imersiva com LED de alta resolução, com conteúdo de vista 360°, mas algumas ações não são atrativas e não potencializam o marketing promocional.	
TOTAL			9,90	10,00	10,15	12,00	6,00		
c. Mensuração de Resultados			NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
I. Coerência entre desafio, objetivos, estratégia e mensuração - Confirmar se existe alinhamento claro entre o problema ou desafio identificado, os objetivos definidos, a estratégia planejada e os métodos de mensuração propostos.			2,90	2,90	2,85	3,00	1,50	Os objetivos foram bem definidos, assim como a estratégia planejada estabelecendo os métodos de mensuração propostos, apresentou uma boa abordagem entre o problema e o desafio identificado.	
II. Definição de indicadores, métricas e metodologia - Avaliar a adequação e a clareza dos indicadores escolhidos, das métricas aplicadas e da metodologia para coletar e analisar os dados, garantindo que sejam apropriados para medir o desempenho da estratégia.			2,65	2,70	2,75	3,00	1,50	O desempenho da escolha dos indicadores para as métricas e análise dos dados são apresentados de forma clara e adequada, utiliza ferramentas integradas com as plataformas contradas. Apresenta boa metodologia para analisar os dados e para medir o desempenho da estratégia.	
III. Exequibilidade da metodologia - Verificar se a metodologia proposta para mensuração é prática e pode ser aplicada com os recursos, tempo e pessoal disponíveis, sem comprometer a qualidade da avaliação.			2,75	2,70	2,70	3,00	1,50	A metodologia proposta para mensuração se mostra prática com a utilização de recursos e tecnologias disponíveis na apresentação da captação das informações do público. Sem comprometer a qualidade da avaliação.	
TOTAL			8,30	8,30	8,30	9,00	4,50		
d. Solução de Marketing Promocional			NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
I. Alinhamento das ações/materiais à estratégia - Avaliar se as ações e materiais propostos estão coerentes e integrados à estratégia geral de marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidos.			2,10	2,20	2,10	2,50	1,25	As ações estão coerentes e integradas a estratégia do marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidas, com ações que se estendem para o digital. A Peça 6 - Ativação meu match e Vídeo e Peça 9 - Ativação Meu core é "mantem a linha do "A Vista Fica melhor", mas não divulga a corrida, nem os serviços prestados pelo Sesc. Destaque para a Peça 3 - Ação desafio Sesc + criadores, utilizando influenciadores praticantes de corrida conhecidos na cidade para se aproximar do público.	
II. Pertinência das ações/materiais - Verificar se as ações e materiais são adequados ao público-alvo, ao contexto do Sesc-DF e às metas do projeto, evitando esforços que não tragam resultados efetivos.			1,85	1,90	1,80	2,50	1,25	Ações e materiais são adequados ao público alvo, porém algumas situações não fazem o resultado efetivo relativamente às inscrições para a corrida, possibilitando esforços que não fazem resultados efetivos.	
III. Adequação da infraestrutura e logística - Analisar se a estrutura física, tecnológica e logística prevista é suficiente e adequada para suportar a implementação das ações de marketing.			1,90	2,00	2,00	2,50	1,25	A infraestrutura física, tecnológica e logística prevista, são suficientes e adequadas para suportar a implementação das ações, considerando que não foi planejada nenhuma ação de atuação em uma área delimitada com espaços para exposições, demonstrações de serviços prestados pelo Sesc, a salvo para apresentações, entre outros.	
IV. Adequação do plano de divulgação - Confirmar se o plano de divulgação está bem planejado, contemplando os canais corretos, frequência, segmentação e timing adequados para maximizar o alcance e impacto.			2,10	2,30	2,20	2,50	1,25	O Plano de divulgação é apresentado por ativação, estabelecendo o período, segmentação do público alvo e o timing das ativações.	
V. Originalidade da solução - Identificar se a solução apresenta diferenciais criativos que possam destacar o Sesc-DF e gerar maior engajamento do público.			1,90	2,00	2,00	2,50	1,25	Apresentou diferenciais criativos por conta da tecnologia como a Peça 10 - Ativação Sesc-ripto de voz, um conteúdo 360° vista virtual, mas com pouco potencial de atratividade.	
VI. Exequibilidade dentro do orçamento - Avaliar se a solução pode ser implementada respeitando o orçamento disponível, sem riscos de extrapolção financeira.			2,20	2,30	2,20	2,50	1,25	A proposta é exequível dentro do orçamento, a solução é passível de implementação sem risco de extrapolção financeira.	
TOTAL			12,05	12,70	12,30	15,00	7,50		
e. Plano de Implementação			NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS	
I. Adequação do cronograma - Verificar se o cronograma proposto é realista, detalhado e compatível com as etapas técnicas para implementar a estratégia e as ações.			5,60	5,40	5,50	7,50	3,75	O cronograma é realista para as ações propostas, com pouco detalhamento, compatível com as etapas para implementar as ações.	
II. Eficiência, economicidade e otimização dos recursos - Avaliar se o plano demonstra a melhor utilização dos recursos (tempo, humanos, financeiros), buscando resultados positivos para o menor custo e esforço possível.			6,50	6,60	6,50	7,50	3,75	A otimização da verba foi apresentada. Podera haver uma maior utilização das unidades do Sesc nas ativações. Utilização de recursos com menor custo e esforço possível, no entanto poderia propor ativações com maiores resultados efetivos.	
TOTAL			12,10	12,00	12,00	15,00	7,50		

AVALIADOR 1
AVALIADOR 2
AVALIADOR 3

RELATÓRIO DA CONCORRÊNCIA Nº 11/2025 - SESC - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA (ENVELOPE A)									
NOME COMPLETO		Seu melhor tempo é ser feliz							
Nº	4								PERÍODO:
a. RACIOCÍNIO BÁSICO		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Compreensão sobre o Sesc-DF - Avalia se a licitante demonstra pleno entendimento sobre o papel institucional do Sesc-DF, sua missão, seus valores, seus objetivos sociais e culturais, e a sua atuação no Distrito Federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contratante, sua história e seus projetos.		1,30	1,30	1,35	2,00	1,00	Não abordou com profundidade o conhecimento sobre a história do Sesc. Aborda a visão, missão e valores, apresenta os objetivos sociais e culturais de forma breve.		
II. Relações do contratante com seus públicos - Verifica se a licitante compreende quais são os públicos estratégicos do Sesc-DF (como comunidade, empregados do comércio, entidade sem fins lucrativos, colaboradores internos) e se entende as dinâmicas, os interesses e as formas de interação que o Sesc-DF mantém com esses públicos. Avalia também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.		1,50	1,50	1,45	2,00	1,00	Destaca os públicos estratégicos da instituição e sua importância, demonstrando o entendimento da dinâmica, dos interesses. Não abordou as formas de interação que o Sesc mantém com os públicos.		
III. Desafios no contexto social, econômico e concorrencial - Avalia a capacidade da licitante de reconhecer os desafios externos que impactam o SescDF, como cenário econômico, mudanças no comportamento do consumidor, concorrência com outras instituições e transformações sociais. Espera-se que a empresa demonstre sensibilidade e visão estratégica sobre como esses fatores influenciam as ações de comunicação e marketing promocional.		1,10	1,10	1,15	2,00	1,00	Avalia o crescimento da prática de comidas. Não aborda a concorrência com outras instituições e transformações sociais, bem como a influência desses fatores nas ações de comunicação e marketing promocional.		
IV. Detalhe e objetivos do briefing - Avalia se a licitante compreendeu corretamente o briefing apresentado, identificando de forma precisa quais são os problemas, necessidades, desafios e objetivos que o Sesc-DF busca resolver com esta contratação. Isso inclui clareza sobre os resultados esperados, o público-alvo, os objetivos institucionais e a proposta de valor das ações promocionais.		1,50	1,60	1,50	2,00	1,00	Demonstrou entendimento do briefing apresentado, dos objetivos que a instituição busca solucionar, dos desafios da instituição, aborda o público alvo de forma clara. Não fala com clareza os resultados esperados e a proposta de valor.		
TOTAL		5,40	5,50	5,45	8,00	4,00			
b. Estratégia de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Integração dos conhecimentos e estratégia - Avalia o quanto a proposta demonstra um consistente e coerente dos conhecimentos técnicos e estratégicos de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e integrado em todas as etapas.		1,85	1,90	1,85	2,00	1,00	Atendeu a todos os requisitos do item. Um consistente e coerente dos conhecimentos técnicos e estratégias de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e integrado em todas as etapas.		
II. Integração de áreas e unidades do Sesc-DF - Verifica se a estratégia contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do SescDF, promovendo uma atuação integrada que potencialize resultados e evite esforços duplicados.		1,35	1,40	1,45	2,00	1,00	Demonstrou conhecimento de estratégia, uso coerente dos conhecimentos técnicos, falou uma maior integração das unidades do Sesc nos objetivos da estratégia.		
III. Adesão à missão, visão e valores - Confirma se a estratégia está alinhada com a identidade institucional do Sesc-DF, respeitando a personalidade, os princípios, objetivos institucionais e a cultura organizacional.		1,90	1,90	1,95	2,00	1,00	A estratégia proposta está alinhada com a identidade institucional do Sesc, promove os princípios, objetivos institucionais e a cultura organizacional.		
IV. Consistência técnica (mensagem, público, meios, indicadores) - Analisar a coerência entre os elementos técnicos, se a mensagem é adequada ao público-alvo, se os meios escolhidos são os mais eficazes para atingir, e se os indicadores propostos permitem avaliar corretamente os resultados.		0,80	0,90	0,85	1,00	0,50	A mensagem é adequada ao público alvo, propondo um conceito promocional "Seu melhor tempo é ser feliz". Os meios escolhidos são adequados, integrando com o promocional com o ambiente digital. Os indicadores propostos permitem uma avaliação mais eficaz dos resultados.		
V. Viabilidade técnica e exequibilidade - Avaliar se a estratégia pode ser implementada de forma prática e realista, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o contexto operacional.		0,80	0,85	0,75	1,00	0,50	Demonstrou a viabilidade técnica, detalhando a exequibilidade da estratégia a ser implementada de forma prática e realista em cada uma das ações propostas, considerando os recursos técnicos disponíveis.		
VI. Otimização dos recursos financeiros - Examinar se os recursos financeiros são utilizados de forma racional, evitando desperdícios e buscando o melhor custo-benefício para a execução das ações.		1,55	1,60	1,65	2,00	1,00	Os recursos financeiros foram demonstrados e utilizados de forma racional, os quais foram explicitados no quesito E - Plano de Implementação/.		
VII. Aplicação de soluções inovadoras - Identificar se a proposta apresenta criatividade e inovação, utilizando novas ideias, tecnologias ou abordagens que possam diferenciar e potencializar o marketing promocional.		1,65	1,70	1,60	2,00	1,00	A proposta apresenta criatividade e diversidade, utiliza a tecnologia diferenciando e potencializando o marketing, com a utilização de Inteligência Artificial personalizando fotos.		
TOTAL		9,96	10,25	10,10	12,00	6,00			
c. Monitoração de Resultados		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Coerência entre desafio, objetivos, estratégia e mensuração - Confirmar se existe alinhamento claro entre o problema ou desafio identificado, os objetivos definidos, a estratégia planejada e os métodos de mensuração propostos.		2,60	2,60	2,50	3,00	1,50	Os objetivos foram bem definidos, assim como a estratégia planejada estabelecendo os métodos de mensuração propostos, aborda o problema e o desafio identificado.		
II. Seleção de indicadores, métricas e metodologia - Avaliar a adequação à clareza dos indicadores escolhidos, das métricas aplicadas e da metodologia para coletar e analisar os dados, garantindo que sejam apropriados para medir o desempenho da estratégia.		2,70	2,80	2,70	3,00	1,50	O desempenho de escolha dos indicadores para as métricas e análise dos dados são apresentados de forma clara e adequada, disponibilizando o relatório executivo final, com todas as métricas do desempenho da campanha. Apresenta boa metodologia para analisar os dados e para medir o desempenho da estratégia.		
III. Exequibilidade da metodologia - Verificar se a metodologia proposta para mensuração é prática e pode ser aplicada com os recursos, tempo e pessoal disponíveis, sem comprometer a qualidade da avaliação.		2,70	2,80	2,75	3,00	1,50	A metodologia proposta para mensuração se mostra prática com a utilização de recursos e tecnologias disponíveis na apresentação da captação das informações do público. Com o uso dessas tecnologias o tempo levado para análise é menor, sem comprometer a qualidade da avaliação.		
TOTAL		8,00	8,20	7,95	9,00	4,50			
d. Solução de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Alinhamento das ações/materiais à estratégia - Avaliar se as ações e materiais propostos estão coerentes e integrados à estratégia geral de marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidos.		2,20	2,30	2,25	2,50	1,25	As ações estão coerentes e integradas a estratégia de marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidas, com ações que se estendem para o digital. Ativação Arena da Alegria - apresentando as áreas temáticas dando acesso aos múltiplos serviços prestados pelo Sesc e Ação de engajamento digital "Momentos de felicidade - Artistas da felicidade".		
II. Pertinência das ações/materiais - Verificar se as ações e materiais são adequados ao público-alvo, ao contexto do Sesc-DF e às metas do projeto, evitando esforços que não tragam resultados efetivos.		2,00	2,10	2,05	2,50	1,25	Ações e materiais são adequados ao público-alvo e ao contexto do Sesc e às metas do projeto. A proposta alcança não somente o público de esportes frequentes, mas utiliza de ferramentas digitais e ações pela cidade, onde tenha um fluxo maior de pessoas, criando potências corretores.		
III. Adequação da infraestrutura e logística - Analisar se a estrutura física, tecnológica e logística prevista é suficiente e adequada para suportar a implementação das ações de marketing.		2,00	2,10	2,05	2,50	1,25	A infraestrutura física proposta são adequadas e com logística prevista. A Feira 8 - Desafio ritmo da Felicidade, apresenta o Painel de LED nos parques, detalhando a implementação da ativação.		
IV. Adequação do plano de divulgação - Confirmar se o plano de divulgação está bem planejado, contemplando os canais corretos, frequência, segmentação e timing adequados para maximizar o alcance e impacto.		1,80	1,85	1,90	2,50	1,25	O Plano de divulgação é apresentado por ativação, não deixa clara a frequência, segmentação e o timing das ativações.		
V. Originalidade da solução - Identificar se a solução apresenta diferenciais criativos que possam destacar o Sesc-DF e gerar maior engajamento do público.		2,10	2,30	2,10	2,50	1,25	Apresentou diferenciais criativos como a Ação de engajamento digital "Momentos de felicidade - Artistas da felicidade", gerando um maior engajamento com o público, assim como a utilização de inteligência artificial para personalizar fotos dos participantes.		
VI. Exequibilidade dentro do orçamento - Avaliar se a solução pode ser implementada respeitando o orçamento disponível, sem riscos de superação financeira.		2,20	2,10	2,15	2,50	1,25	A proposta é exequível dentro do orçamento, a solução é passível de implementação sem risco de superação financeira.		
TOTAL		12,30	12,75	12,50	15,00	7,50			
e. Plano de Implementação		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Adequação do cronograma - Verificar se o cronograma proposto é realista, detalhado e compatível com as etapas necessárias para implementar a estratégia e as ações.		6,45	6,40	6,50	7,50	3,75	O cronograma é consistente, apresenta estrutura detalhada contendo 5 páginas discriminando as ações, prazos e atividades previstas, dividida em períodos até a data do evento.		
II. Eficiência, economicidade e otimização dos recursos - Avaliar se o plano demonstra a melhor utilização dos recursos (humanos, técnicos, financeiros), buscando resultados com o menor custo e máximo impacto.		6,50	6,60	6,50	7,50	3,75	Destacando as etapas de implementação e conclusão das estratégias e ações.		
TOTAL		12,95	13,00	13,00	15,00	7,50	A otimização da verba foi apresentada, não utilização das unidades do Sesc como prêmio para a realização de atrações. Destina o número de profissionais envolvidos em cada etapa das ações.		

AVALIADOR 1
AVALIADOR 2
AVALIADOR 3

RELATÓRIO DA CONCORRÊNCIA Nº 11/2025 - SESC - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA (ENVELOPE A)									
NOME COMPLETO		Conexões que movem Brasília							
Nº	S							PERÍODO:	
a. RACIOCÍNIO BÁSICO		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Compreensão sobre o Sesc-DF - Analisa se a licitante demonstra pleno entendimento sobre o papel institucional do Sesc-DF, sua missão, seus valores, seus objetivos sociais e culturais, e a sua atuação no Distrito Federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contratante, sua história e seus processos.		1,80	1,60	1,75	2,00	1,00	Aborda o papel da instituição, sua visão, missão e valores, destaca os objetivos sociais e culturais. Demonstra conhecimento do Sesc.		
II. Relações do contratante com seus públicos - Verifica se a licitante compreende quais são os públicos estratégicos do Sesc-DF (como consumidores, empregados do comércio, comunidade em geral e colaboradores internos) e se entende as dinâmicas, os interesses e as formas de interação que o Sesc-DF mantém com esses públicos. Avalia também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.		1,90	1,80	1,90	2,00	1,00	Destaca os públicos estratégicos da instituição e sua importância, demonstrando o entendimento da dinâmica, dos interesses e das formas de interação que o Sesc mantém com os públicos de forma detalhada.		
III. Desafios no contexto social, econômico e concorrencial - Avalia a capacidade da licitante de reconhecer os desafios externos que impactam o Sesc/DF, como cenário econômico, mudanças no comportamento do consumidor, concorrência com outras instituições e transformações sociais. Espera-se que a empresa demonstre sensibilidade e visão estratégica sobre como esses fatores influenciam as ações de comunicação e marketing promocional.		1,20	1,10	1,20	2,00	1,00	Não há nenhum comparativo ou análise de desafios externos que possa impactar o Sesc em nenhum dos cenários citados como exemplo. Não aborda a concorrência com outras instituições e transformações sociais. Aborda a comunicação nas várias etapas divididas na estratégia.		
IV. Detalha o objetivos do briefing - Analisa se a licitante compreendeu corretamente o briefing apresentado, identificando de forma precisa quais são os problemas, necessidades, desafios e objetivos que o Sesc-DF busca resolver com essa contratação. Isso inclui clareza sobre os resultados esperados, o público-alvo, os objetivos institucionais e a proposta de valor das ações promocionais.		1,80	1,80	1,85	2,00	1,00	Demonstrou entendimento do briefing apresentado, dos objetivos que a instituição busca solucionar, dos desafios da instituição, aborda o público alvo de forma clara, apresenta os resultados esperados, seja com a população, seja com o Sesc.		
TOTAL		6,70	6,30	6,70	8,00	4,00			
b. Estratégia de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Integração dos conhecimentos e estratégias - Avalia o quanto a proposta demonstra (ou omite) consistência e coerência dos conhecimentos técnicos e estratégias de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e interligado em todos os eixos.		1,90	1,90	1,90	2,00	1,00	Atendeu a todos os requisitos do item. Uso consistente e coerente dos conhecimentos técnicos e estratégias de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e interligado em todos os eixos.		
II. Integração de áreas e unidades do Sesc-DF - Verifica se a estratégia contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do Sesc-DF, promovendo uma atuação integrada que potencialize resultados e evite esforços duplicados.		2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	Demonstrou conhecimento de estratégia, uso coerente dos conhecimentos técnicos, deixa clara integração das unidades do Sesc nos objetivos da estratégia, promovendo uma atuação integrada.		
III. Adesão à missão, visão e valores - Confirma se a estratégia está alinhada com a identidade institucional do Sesc-DF, considerando e promovendo seus princípios, objetivos institucionais e cultura organizacional.		1,90	1,90	1,90	2,00	1,00	Os objetivos institucionais são apresentados, através da pluralidade de públicos apresentados, promovendo os princípios e a cultura do Sesc.		
IV. Consistência técnica (mensagem, público, meios, indicadores) - Analisar a coerência entre os elementos técnicos: se a mensagem é adequada ao público-alvo, se os meios escolhidos são os mais eficazes para atingi-lo, e se os indicadores propostos permitem avaliar corretamente os resultados.		0,90	0,80	0,90	1,00	0,50	A mensagem é adequada ao público alvo, propondo um conceito prototípico "conexões que movem Brasília". Os meios escolhidos são adequados, integrando com o promocional com o ambiente digital. Os indicadores propostos permitem uma avaliação mais eficaz dos resultados.		
V. Viabilidade técnica e exequibilidade - Avaliar se a estratégia pode ser implementada de forma prática e realista, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o contexto operacional.		0,90	0,80	0,90	1,00	0,50	Demonstrou a viabilidade técnica e a exequibilidade da estratégia a ser implementada de forma prática e realista, considerando os recursos técnicos disponíveis.		
VI. Otimização dos recursos financeiros - Examinar se os recursos financeiros são utilizados de forma racional, evitando desperdícios e buscando o melhor custo-benefício para a execução das ações.		1,70	1,70	1,75	2,00	1,00	Os recursos financeiros foram demonstrados e utilizados de forma racional, os quais foram explicitados no quesito "E - Plano de Implementação".		
VII. Aplicação de soluções inovadoras - Identificar se a proposta apresenta criatividade e inovação, utilizando novas ideias, tecnologias ou abordagens que possam diferenciar e potencializar o marketing promocional.		1,80	1,70	1,75	2,00	1,00	Apresentou grande diversificação de ações, com utilização de tecnologia e influenciadores aproximando a marca do público alvo.		
TOTAL		11,10	10,80	11,10	12,00	6,00			
c. Mensuração de Resultados		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Coerência entre desafio, objetivos, estratégia e mensuração - Confirmar se existe alinhamento claro entre o problema ou desafio identificado, os objetivos definidos, a estratégia planejada e os métodos de mensuração propostos.		2,90	2,90	2,90	3,00	1,50	Os objetivos foram bem definidos, assim como a estratégia planejada estabelecendo os métodos de mensuração propostos, apresentou uma boa abordagem entre o problema e o desafio identificado.		
II. Definição de indicadores, métricas e metodologia - Avaliar a adequação e a clareza dos indicadores escolhidos, das métricas aplicadas e da metodologia para coletar e analisar os dados, garantindo que sejam apropriados para medir o desempenho da estratégia.		2,80	2,70	2,75	3,00	1,50	O desempenho da escolha dos indicadores para as métricas e análise dos dados são apresentados de forma clara e adequada, oferecendo mais de uma maneira para cadastro digital do público. Apresenta boa metodologia para analisar os dados e para medir o desempenho da estratégia.		
III. Exequibilidade da metodologia - Verificar se a metodologia proposta para mensuração é prática e pode ser aplicada com os recursos, tempo e pessoal disponíveis, sem comprometer a qualidade da avaliação.		2,85	2,80	2,80	3,00	1,50	A metodologia proposta para mensuração se mostra prática com a utilização de recursos e tecnologias disponíveis na apresentação da captação das informações do público. Com o uso dessas tecnologias o tempo levado para aplicar é menor, sem comprometer a qualidade da avaliação.		
TOTAL		8,55	8,40	8,45	9,00	4,50			
d. Solução de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Alinhamento das ações/materiais à estratégia - Avaliar se as ações e materiais propostos estão coerentes e integrados à estratégia geral de marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidos.		2,40	2,40	2,35	2,50	1,25	As ações estão coerentes e integradas à estratégia do marketing, com ações focadas no pré-evento, reforçando os objetivos e mensagens definidos, com ações que se estendem para o digital. Utilização de influenciadores para se aproximar do público, assim como o convite e a oferta já concretizada para participar do evento. Ação do portal bem pertinente com as ações dos serviços prestados pelo Sesc.		
II. Pertinência das ações/materiais - Verificar se as ações e materiais são adequados ao público-alvo, ao contexto do Sesc-DF e às metas do projeto, evitando esforços que não tragam resultados efetivos.		2,20	2,10	2,20	2,50	1,25	Ações e materiais são adequadas ao público alvo, ao contexto do Sesc e às metas do projeto, criando vários materiais simples de divulgação.		
III. Adequação da infraestrutura e logística - Analisar se a estrutura física, tecnológica e logística prevista é suficiente e adequada para suportar a implementação das ações de marketing.		2,30	2,20	2,25	2,50	1,25	A infraestrutura física proposta são adequadas e com logística prevista. A Pág 6 - Visão geral do espaço, apresenta a Área de experiência ampliada no portal, com os serviços prestados pelo Sesc e adequadas para suportar as implementações das ações previstas.		
IV. Adequação do plano de divulgação - Confirmar se o plano de divulgação está bem planejado, contemplando os canais corretos, frequência, segmentação e timing adequados para maximizar o alcance e impacto.		2,30	2,30	2,35	2,50	1,25	O plano de divulgação está bem detalhado, apresentando a frequência, canais, e timing adequados. Detalha a segmentação dos públicos nos locais apresentados e nas redes sociais. Com maximização do alcance e impacto.		
V. Originalidade da solução - Identificar se a solução apresenta diferenciais criativos que possam destacar o Sesc-DF e gerar maior engajamento do público.		2,00	1,90	2,00	2,50	1,25	Apresentou grande número de ações, no entanto sem uma solução com diferenciais criativos.		
VI. Equilíbrio dentro do orçamento - Avaliar se a solução pode ser implementada respeitando o orçamento disponível, sem riscos de extrapolção financeira.		2,30	2,20	2,30	2,50	1,25	A proposta é exequível dentro do orçamento, a solução é passível de implementação sem risco de extrapolção financeira.		
TOTAL		13,55	13,10	13,45	15,00	7,50			
e. Plano de Implementação		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Adequação do cronograma - Verificar se o cronograma proposto é realista, detalhado e compatível com as etapas técnicas para implementar a estratégia e as ações.		7,40	7,30	7,40	7,50	3,75	O cronograma é consistente, apresenta estrutura muito bem detalhada contendo 32 páginas discriminando as ações, orçamentos, prazos e atividades previstas, dividida em períodos até a data do evento, destacando as etapas de implementação e conclusão das estratégias e ações.		
II. Eficiência, economicidade e otimização dos recursos - Avaliar se o plano demonstra a melhor utilização dos recursos (tempo, humanos, financeiros), buscando resultados máximos para o menor custo e esforço possível.		7,40	7,30	7,40	7,50	3,75	O plano apresenta a melhor utilização dos recursos com eficiência, economicidade e otimização. Apresenta os resultados máximos com detalhamento, baseado no grande número de ações.		
TOTAL		14,80	14,60	14,80	15,00	7,50			

AVALIADOR 1
AVALIADOR 2
AVALIADOR 3

RELATÓRIO DA CONCORRÊNCIA Nº 11/2025 - SESC - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA (ENVELOPE A)									
NOME COMPLETO		Na minha carreira, saúde vem em primeiro lugar							
Nº	6							PERÍODO:	
a. RACIOCÍNIO BÁSICO		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Compreensão sobre o Sesc-DF - Analisa se o licitante demonstra pleno entendimento sobre o papel institucional do Sesc-DF, sua missão, seus valores, seus objetivos sociais e culturais, e a sua atuação no Distrito Federal. A empresa deve mostrar que conhece profundamente o contratante, sua história e seus objetivos.		1,50	1,45	1,40	2,00	1,00	Aborda o papel da instituição, sua visão, missão e valores, não aborda o turismo como eixo de atuação do Sesc.		
II. Relações do contratante com seus públicos - Verifica se o licitante compreende quais são os públicos estratégicos do Sesc-DF (como consumidores, empregados do comércio, comunidade em geral e colaboradores internos) e se entende as dinâmicas, os interesses e as formas de interação que o Sesc-DF mantém com esses públicos. Avalia também se a proposta considera essas relações na construção das ações promocionais.		1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	Aborda o público alvo, mas não estabelece forma de interação e o tipo de relações na construção das ações promocionais.		
III. Desafios no contexto social, econômico e concorrencial - Avalia a capacidade do licitante de reconhecer os desafios externos que impactam o Sesc-DF, como cenário econômico, mudanças no comportamento do consumidor, concorrência com outras instituições e transformações sociais. Espera-se que a empresa demonstre sensibilidade e visão estratégica sobre como esses fatores influenciam as ações de comunicação e marketing promocional.		1,20	1,30	1,25	2,00	1,00	Não há nenhum comparativo ou análise de desafios externos que possam impactar os cenários citados como exemplo. Aborda a concorrência tanto na data da corrida como com outras instituições e transformações sociais. Não demonstra a influência desses fatores nas ações de comunicação e marketing promocional.		
IV. Desafio e objetivos do briefing - Analisa se o licitante compreendeu corretamente o briefing apresentado, identificando de forma precisa quais são os problemas, necessidades, desafios e objetivos que o Sesc-DF busca resolver com essa contratação. Isso inclui clareza sobre os resultados esperados, o público-alvo, os objetivos institucionais e a proposta de valor das ações promocionais.		1,30	1,30	1,40	2,00	1,00	Demonstrou entendimento do briefing apresentado, dos objetivos que a instituição busca solucionar, os desafios, porém faltou a abordagem do público alvo, dos resultados esperados e a apresentação da proposta do valor das ações promocionais.		
TOTAL		5,00	5,05	5,05	8,00	4,00			
b. Estratégia de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Integração dos conhecimentos e estratégias - Avalia o quanto a proposta demonstra (ou omite) o uso consistente dos conhecimentos técnicos e estratégias de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e interligado em todo o texto.		1,50	2,00	1,50	2,00	1,00	Atendeu a todos os requisitos do item. Uso consistente e coerente dos conhecimentos técnicos e estratégias de marketing, evidenciando planejamento bem estruturado e interligado em todos os textos.		
II. Integração de áreas e unidades do Sesc-DF - Verifica se a estratégia contempla a colaboração e sinergia entre as diversas áreas e unidades do Sesc-DF, promovendo uma atuação integrada que potencialize resultados e evite esforços duplicados.		1,30	1,40	1,40	2,00	1,00	Demonstrou conhecimento de estratégia, uso coerente dos conhecimentos técnicos, faltou uma maior integração das unidades do Sesc nos objetivos da estratégia.		
III. Adesão à missão, visão e valores - Confirma se a estratégia está alinhada com a identidade institucional do Sesc-DF, considerando e promovendo seus princípios, objetivos institucionais e cultura organizacional.		1,50	1,50	1,85	2,00	1,00	Os objetivos institucionais são apresentados, através da pluralidade de públicos apresentados, promovendo os princípios e a cultura organizacional do Sesc.		
IV. Consistência técnica (mensagem, público, meios, indicadores) - Analisar a coerência entre os elementos técnicos: se a mensagem é adequada ao público-alvo, se os meios escolhidos são os mais eficazes para atingi-lo, e se os indicadores propostos permitem avaliar corretamente os resultados.		0,70	0,75	0,80	1,00	0,50	A mensagem proposta de utilizar a mensagem "Na minha carreira, saúde vem em primeiro lugar" a palavra "correria" leva ao dia e dia, e precisaria de uma frase de apoio para dar outro entendimento com referência à corrida. Deixa claro como vai conversar com os públicos propostos e as ferramentas para atingi-los, com coerência nos indicadores para avaliar os resultados.		
V. Viabilidade técnica e exequibilidade - Avaliar se a estratégia pode ser implementada de forma prática e realista, considerando os recursos técnicos disponíveis, o tempo e o contexto operacional.		0,80	0,70	0,80	1,00	0,50	Demonstrou a viabilidade técnica e a exequibilidade da estratégia a ser implementada de forma prática e realista, considerando os recursos técnicos disponíveis.		
VI. Viabilidade de recursos financeiros - Estimar se os recursos financeiros são suficientes para a execução das ações, evitando desperdícios e buscando o melhor custo-benefício para a execução das ações.		1,70	1,70	1,70	2,00	1,00	Os recursos financeiros foram demonstrados e utilizados de forma racional, os quais foram explicitados no quesito "E - Plano de Implementação".		
VII. Aplicação de soluções inovadoras - Identificar se a proposta apresenta criatividade e inovação, utilizando novas ideias, tecnologias ou abordagens que possam diferenciar e potencializar o marketing promocional.		1,30	1,30	1,35	2,00	1,00	Apresentou ideias com utilização de tecnologia que aproximam o público.		
TOTAL		9,60	9,75	9,80	12,00	6,00			
c. Mensuração de Resultados		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Coerência entre desafio, objetivos, estratégia e mensuração - Confirmar se existe alinhamento claro entre o problema ou desafio identificado, os objetivos definidos, a estratégia planejada e os métodos de mensuração propostos.		2,00	2,10	2,00	3,00	1,50	Os objetivos foram bem definidos, assim com a estratégia, porém faltou uma melhor abordagem entre o problema e o desafio identificado. Não apresentou as métricas que seriam utilizadas para mensurar os resultados.		
II. Definição de indicadores, métricas e metodologia - Avaliar a adequação e a clareza dos indicadores escolhidos, das métricas aplicadas e da metodologia para coletar e analisar os dados, garantindo que sejam apropriados para medir o desempenho da estratégia.		1,80	1,90	1,90	3,00	1,50	Faltou uma maior abordagem da metodologia para analisar e coletar os dados, dificultando o entendimento dos resultados da estratégia proposta.		
III. Exequibilidade da metodologia - Verificar se a metodologia proposta para mensuração é prática e pode ser aplicada com os recursos, tempo e pessoal disponíveis, sem comprometer a qualidade da avaliação.		1,90	2,00	1,90	3,00	1,50	Exequível, porém pouca abordagem da metodologia de mensuração e resultados.		
TOTAL		5,70	6,00	5,80	9,00	4,50			
d. Solução de Marketing Promocional		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Alinhamento das ações/materiais à estratégia - Avaliar se as ações e materiais propostos estão coerentes e integrados à estratégia geral de marketing, reforçando os objetivos e mensagens definidos.		2,00	2,20	2,10	2,50	1,25	As ações estão coerentes e integradas a estratégia proposta. A Peça 1 - Cartaz conceito, falta o QR code para inscrição conforme proposto, peça polêmica com muito grafismo, prejudicando a leitura das informações importantes. Peça 2 - Abração estera como uma boa ideia de atração de marra com mockup da porta, valorizando o local do evento. Peça 4 - Croqui do evento "Is chegando na porta", poderia ter uma maior divulgação dos serviços prestados pelo Sesc.		
II. Pertinência das ações/materiais - Verificar se as ações e materiais são adequados ao público-alvo, ao contexto do Sesc-DF e às metas do projeto, evitando esforços que não tragam resultados efetivos.		1,80	1,80	1,85	2,50	1,25	Ações e materiais são adequadas ao público alvo, porém algumas alterações não trazem o resultado efetivo relativamente às atividades e serviços do Sesc.		
III. Adequação da infraestrutura e logística - Analisar se a estrutura física, tecnológica e logística prevista é suficiente e adequada para suportar a implementação das ações de marketing.		2,00	2,20	2,10	2,50	1,25	A infraestrutura física proposta são adequadas e com logística prevista. A Peça 10 - Croqui Vila Sesc, apresenta alguns serviços prestados pelo Sesc, porém falta um detalhamento sobre o local específico onde seria utilizada a atração.		
IV. Adequação do plano de divulgação - Confirmar se o plano de divulgação está bem planejado, contemplando os canais corretos, frequência, segmentação e timing adequados para maximizar o alcance e impacto.		1,90	1,80	1,90	2,50	1,25	Apresenta o Plano de divulgação especificado pelas atraveses, sem um detalhamento do tempo de veiculação e frequência.		
V. Originalidade da solução - Identificar se a solução apresenta diferenças criativas que possam destacar o Sesc-DF e gerar maior engajamento do público.		2,20	2,30	2,20	2,50	1,25	Apresentou um diferencial criativo com a ativação da Vila Sesc e na Bike Musical, priorizando um engajamento do público.		
VI. Exequibilidade dentro do orçamento - Avaliar se a solução pode ser implementada respeitando o orçamento disponível, sem riscos de superação financeira.		2,30	2,20	2,20	2,50	1,25	A proposta é exequível dentro do orçamento, a solução é passível de implementação dentro do orçamento.		
TOTAL		12,20	12,50	12,35	15,00	7,50			
e. Plano de Implementação		NOTA AVALIADOR 1	NOTA AVALIADOR 2	NOTA AVALIADOR 3	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO MÍNIMA	JUSTIFICATIVAS		
I. Adequação do cronograma - Verificar se o cronograma proposto é realista, detalhado e compatível com as etapas necessárias para implementar a estratégia e as ações.		6,20	6,15	6,30	7,50	3,75	O cronograma é consistente, detalhado, dentro do orçamento planejado. Para um melhor entendimento, poderia ter separado os valores totais por ação de ativação.		
II. Eficiência, economicidade e otimização dos recursos - Avaliar se o plano demonstra a melhor utilização dos recursos (tempo, humanos, financeiros), buscando resultados positivos para o menor custo e esforço possível.		6,60	6,50	6,50	7,50	3,75	A otimização da verba foi apresentada, utilizou as unidades do Sesc como pontos para a realização de ativações, sem precisar do aluguel de algum outro espaço. Faltou um detalhamento do número de profissionais envolvidos em cada etapa das ações.		
TOTAL		12,80	12,65	12,80	15,00	7,50			

AVALIADOR 1
AVALIADOR 2
AVALIADOR 3

