

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: GIO COMUNICAÇÃO LTDA

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou vários clientes de áreas distintas do setor privado com porte adequado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência em atividades publicitárias, mas nenhum na área de planejamento de campanha.	1,9
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Nenhum profissional da área de internet e produção gráfica.	1,5
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não diz se haverá uma estrutura montada em Palmas para desenvolver as atividades previstas em contrato.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atendeu de forma adequada a este item	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Discorreu de forma adequada	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,3</b>



**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  As ideias criativas foram bem apresentadas e pertinentes	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem qualidade e acabamentos adequados.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  As informações são claras.	2,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>6,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  O proponente apresenta as mesmas campanhas no repertório e relatos e soluções de problemas de comunicação. Portanto, apresenta peças em duplicidade. Os trabalhos evidenciam um planejamento aceitável. No entanto, no Relato 1, o resultado não é mencionado.	1,5
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  No Relato 1, o resultado não é mencionado, somente no Relato 2.	1,4
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Os resultados não ficam claros no Relato 1.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Mantém lógica no material apresentado, mas com ressalva acerca da falta do resultado anteriormente apresentado.	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>4,9</b>

Nota total da **Proposta= 22.20 pontos**



Prata

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO**

**ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**MEMBRO:** PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

**AGÊNCIA/LICITANTE:** CANNES PUBLICIDADE LDTA

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe aparenta ser qualificada atendendo a este item	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Satisfatório. Instalações com infraestrutura e materiais adequados à execução do contrato.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item adequadamente	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Item atendido de forma satisfatória	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>12,0</b>

**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Em algumas peças, não fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver.	1,9

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos apresentados exibem qualidade e bons acabamentos.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): No geral, as informações são claras, mas como não fala diretamente dos problemas a serem solucionados, em algumas peças, falha neste ponto.	1,5
<b>Total c) Repertório</b>	<b>5,4</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos evidenciam um planejamento satisfatório.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Os problemas e soluções apresentam consistência.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados apresentados se mostram relevantes, com base em números reais, na primeira campanha, e constatando, aumento no acesso em suas redes sociais e vídeos no YouTube, na segunda campanha, sem apresentar quais seriam tais números.	1,5
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Mantém lógica no material apresentado.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>7,5</b>

Nota total da **Proposta** = **24.90 pontos**

*Fusa*

*[Handwritten signatures]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE:CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LDTA

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe demonstra a qualificação necessária.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não diz se haverá uma estrutura montada em Palmas para desenvolver as atividades previstas em contrato.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Não fica claro se serão os profissionais da licitante que atenderão o Anunciante ou se uma equipe externa, contratada exclusivamente para o serviço.	1,7
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Apresentou satisfatoriamente o conjunto de informações.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,6</b>

**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Em algumas peças, não fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver.	1,8	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados são objetivos e apresentam qualidade.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Informações são claras.	2,0	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>5,8</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos evidenciam um planejamento adequado.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Os problemas e soluções apresentam consistência.	2,0	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Os resultados são claros e relevantes, mensurados por meio de números reais.	2,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Mantém lógica no material apresentado.	2,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta08= 25.40 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: AGÊNCIA DIGITAL CARAJÁS EIRELI - EPP

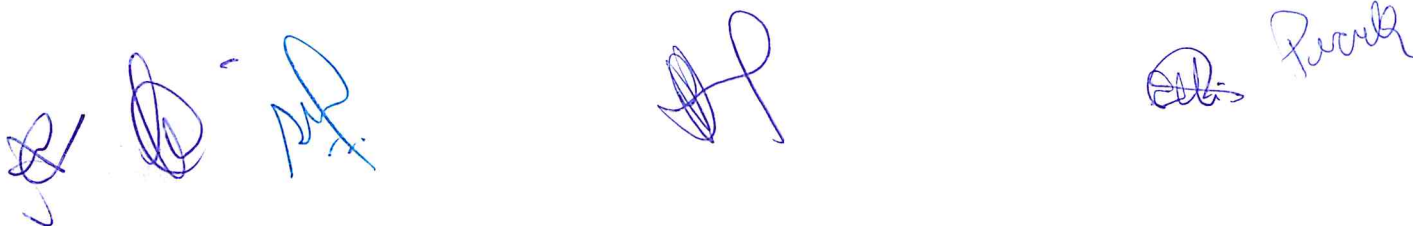
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Os clientes demonstram um porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe apresentada é adequada às funções.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  As instalações, infraestrutura e recursos materiais aparentam ser adequadas, mas não fala qual será a estrutura montada no Tocantins para atender às necessidades do edital.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Os prazos são adequados, a operacionalidade aparente ser eficiente e atender às necessidades do Anunciante.	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Satisfatório. Explica que utilizará diversos meios para a realização de pesquisas, como o Ibope, entre outros. Além dos serviços de busca de informações os e de auditoria e controle de mídia, sem ônus para o Anunciante.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,9</b>



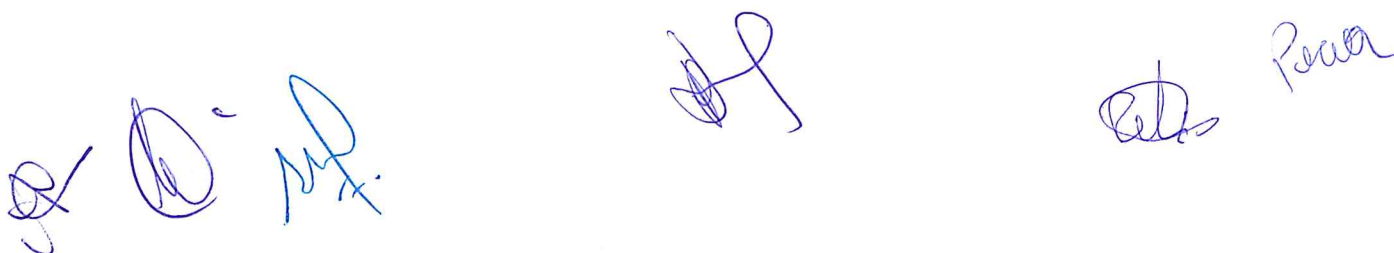
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Em algumas campanhas, não explica qual o problema de comunicação, apenas os objetivos. Assim, em alguns casos, a ideia não pode ser compreendida em sua totalidade. Um exemplo, <b>da falta do problema, é o da Recipar Ambiental.</b>	1,5
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Em sua maioria, os trabalhos apresentados exibem criatividade e qualidade, mas no VT da campanha Webcard, existem erros de português enquanto a apresentadora fala seu texto, além de problemas de áudio.	1,5
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Na campanha realizada para o Colégio Conexão, a licitante não fala onde foi veiculada a peça web banner. O Outdoor para a campanha do Webcard também apresenta o mesmo problema.	1,5
<b>Total c) Repertório</b>	<b>4,5</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  As informações mostram que houve planejamento publicitário.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item de forma adequada	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Resultados satisfatórios, pois nos dois casos o aumento na procura dos serviços do cliente foi significativo.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Na exposição dos problemas do Centro de Ensino Girassol, a licitante cita dois problemas: Aumentar o interesse da população pela escola e mostrar o programa que garante 50% de desconto aos alunos que atingirem 100% em seus desempenhos escolares. Mas nas peças apresentadas, a informação faz referência ao segundo problema, assim não fica totalmente claro o resultado.	1,9
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>7,9</b>

Nota total da **Proposta = 24.30 pontos.**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: AGÊNCIA MULTIFACE DE PROPAGANDA LTDA

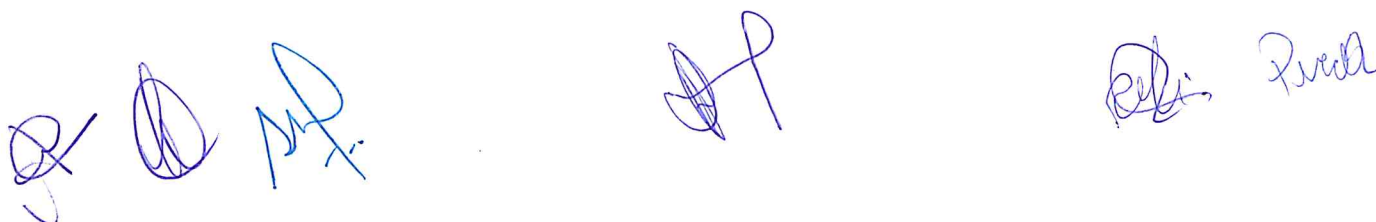
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte correspondente ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou uma gama de profissionais com experiência e capacidade para desenvolver campanhas publicitárias.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com qualificação adequada.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Instalações e infraestrutura que atendem às demandas, mas não diz se disponibilizará uma estrutura em Palmas, para atender o Anunciante.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Item atendido adequadamente	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Compromete-se a colocar regularmente à disposição do contratante as informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e auditoria de circulação de mídia.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,9</b>



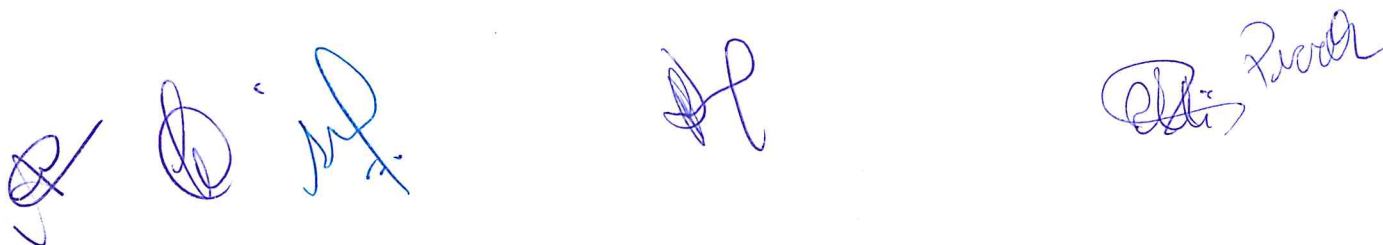
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos): Atendeu adequadamente a este item	2,0	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos apresentados exibem boa qualidade.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As informações são claras e diretas.	2,0	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>6,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos evidenciam um bom planejamento.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Os problemas e soluções apresentam consistência.	2,0	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados são claros e relevantes.	2,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Item atendido satisfatoriamente	2,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta = 25.90 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: AGE COMUNICAÇÃO LTDA

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

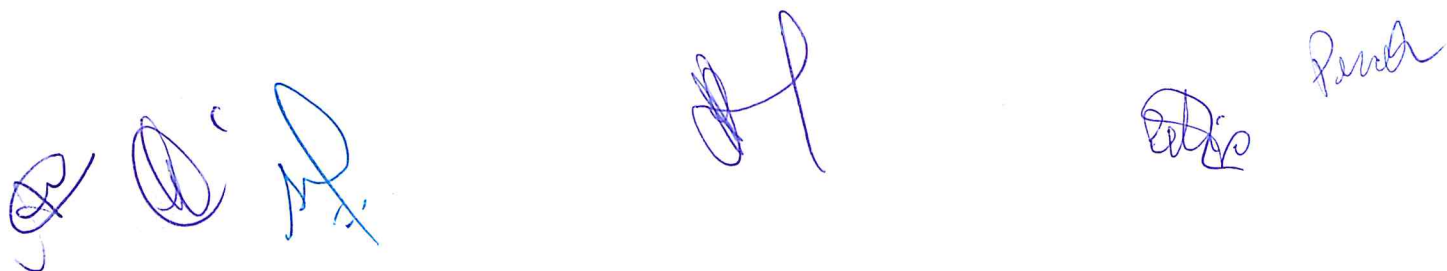
	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou poucos clientes.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Alguns profissionais apresentados com pouca experiencia de mercado em atividades publicitárias.	1,8
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Equipe enxuta, mas adequada às funções a serem desenvolvidas para os dois clientes que já atende, mas não explicou como fará para atender o Governo do Estado somente com os profissionais relatados.	1,5
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  As informações prestadas são resumidas, com poucas informações, no entanto adequadas.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  A partir da equipe reduzida chama atenção o prazo colocado para entregar uma campanha em um único dia.	1,9
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item de forma satisfatória	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	
	<b>10,6</b>

**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Poderia ter sido mais clara sobre o problema de comunicação da peça produzida para a campanha de final de ano da Assembleia Legislativa em 2019. Mas adequado em parte.	1,9
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem qualidade e bom acabamento.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  No geral, as informações são claras, mas como não fala diretamente dos problemas a serem solucionados em uma das campanhas, falha neste ponto. Na peça Outdoor, da Escola do Legislativo, apresenta o local de veiculação (praça) no lugar do veículo.	1,8
<b>Total c) Repertório</b>	<b>5,7</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos evidenciam um planejamento adequado.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Os resultados não ficam claros, pois não explica de forma adequada qual o resultado do CASE OPERA TOCANTINS. A licitante faz uma relação equivocada entre o resultado do Projeto do Governo com os resultados da campanha, que não foram apresentados.	1,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  No CASE OPERA TOCANTINS, não é possível avaliar a relevância dos resultados. O resultado mencionado não foi em razão da campanha. Quanto ao CASE SALVE VIDA não mensurou dados que evidenciasse os resultados.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  No CASE OPERA TOCANTINS, não há clareza da exposição, conforme os motivos citados anteriormente.	1,5
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>5,5</b>

Nota total da **Proposta** = **21.80 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: DUCK COMUNICAÇÃO INTEGRADA LDTA

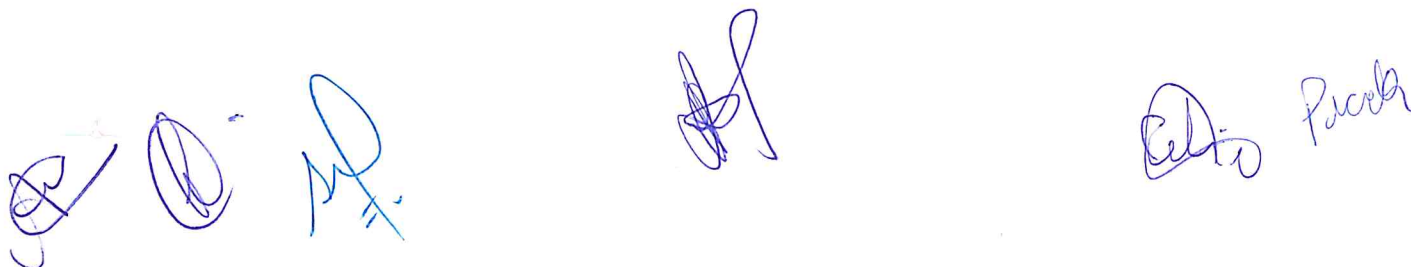
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Apresenta bons profissionais, mas nenhum profissional da área de rádio, TV e cinema.	1,5
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não apresenta informações adequadas sobre suas instalações e estrutura, sendo superficial. Não fala se disponibilizará estrutura fixa em Palmas.	0,5
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  De certa forma adequada, mas não fala questões como serão feitos orçamentos e a escolha de preços.	1,7
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Diz que colocará à disposição todos os serviços elencados.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>9,7</b>



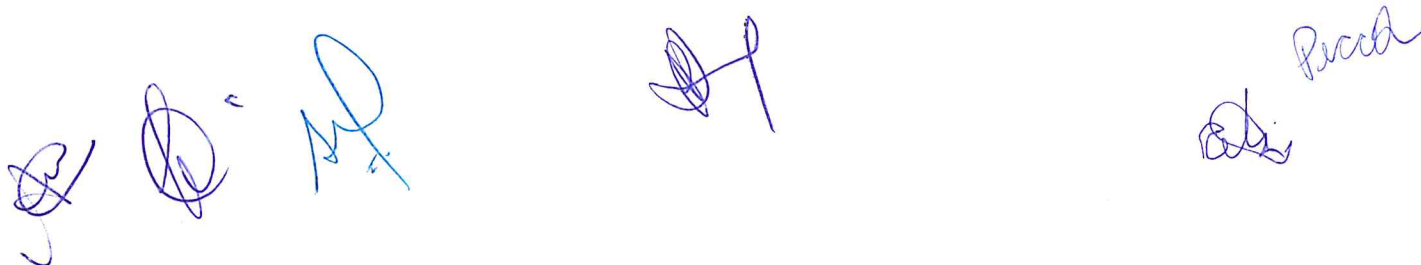
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Em algumas peças, não fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver.	1,7	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem boa qualidade.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  No geral, as informações são claras, mas como não fala diretamente dos problemas a serem solucionada, falha neste ponto.	1,7	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>5,4</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos evidenciam um planejamento aceitável.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Na campanha contra a dengue, os resultados foram comprovados, mas na segunda campanha não ficam claros os resultados alcançados. Portanto, em uma campanha há uma boa relação, mas na outra, não.	1,5	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Na campanha contra a dengue, os resultados são relevantes. Na outra, não.	1,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Demonstrou ter atendido a este item adequadamente	2,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>6,5</b>

Nota total da Proposta= 21.60 pontos



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: ECLÉTICA COMUNICAÇÃO LDTA

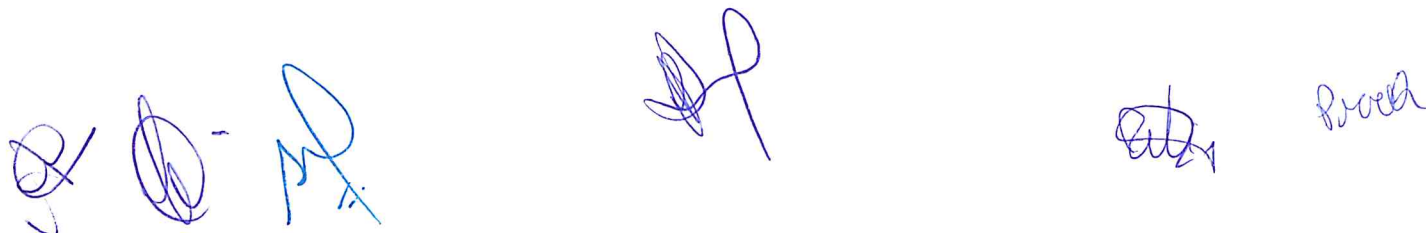
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos): Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha. Mas não apresentam informações suficientes no currículo resumido.	1,8
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Nenhum profissional da área de produção gráfica e cinema.	1,6
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não diz se haverá uma estrutura montada em Palmas para desenvolver as atividades previstas em contrato.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item de forma adequada	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não explica como será o controle de mídia realizado e colocado à disposição do Anunciante.	1,2
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>10,5</b>



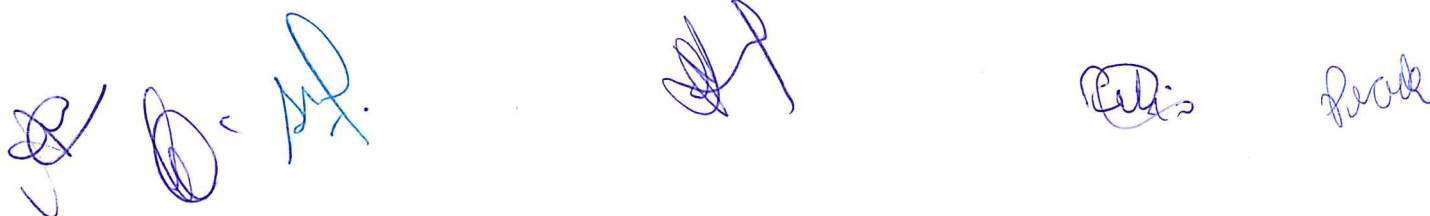
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Em algumas peças, não fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver.	1,8	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem qualidade e acabamentos adequados.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  No geral, as informações são claras, mas como não fala diretamente dos problemas a serem solucionados falha neste ponto.	1,9	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>5,7</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Era um bom momento para discorrer melhor acerca do planejamento proposto sobre da campanha que aborda a COVID 19.	1,9	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Atende de certa forma nas relações de causa e efeito entre problema e solução a partir das peças apresentadas	1,2	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Os resultados não ficam claros, pois não explica de forma adequada e nem apresenta dados que indiquem o sucesso das campanhas.	1,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Mantém uma lógica no material apresentado, mas faltam informações sobre seus resultados.	1,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>5,1</b>

Nota total da Proposta= **21.30 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: KINTAW DESING E PUBLICIDADE EIRELI

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou uma equipe de profissionais que demonstram experiência e capacidade para atuar no mercado.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Atendeu ao quesito de maneira satisfatória	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Instalações com infraestrutura e materiais adequados à execução do contrato, mas não fala se montará uma estrutura específica em Palmas.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item de maneira adequada	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Discorreu de forma adequada e pertinente	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,9</b>

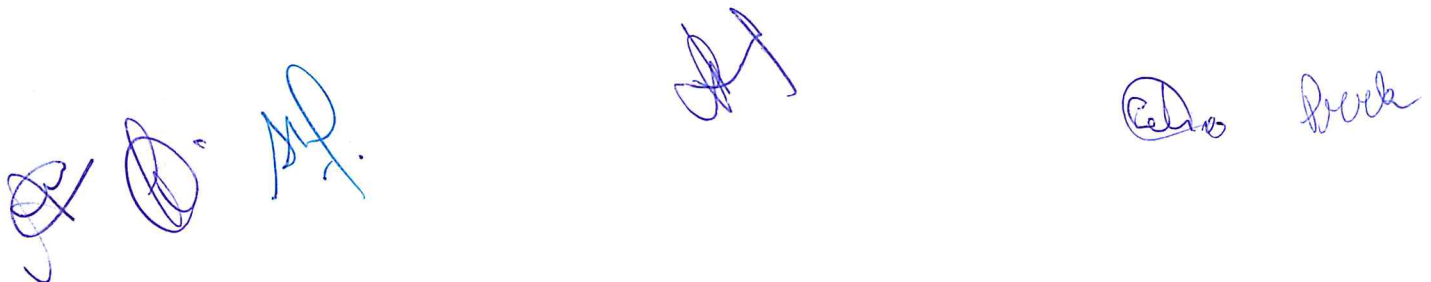
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos): A ideia criativa apresentada para solucionar os problemas foram pertinentes.	2,0	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos apresentados exibem qualidade e bons acabamentos.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As informações são claras.	2,0	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>6,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos evidenciam um planejamento adequados.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Os problemas e soluções apresentam consistência.	2,0	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados apresentados são baseados apenas em suposições já que não foram realizadas pesquisas com os públicos das campanhas e nenhum número real, atribuído diretamente às campanhas, foi constatado e apresentado.	0,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Como não houve relação entre resultados e problemas, ta lógica fica comprometida	1,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>5,0</b>

Nota total da **Proposta= 22.90 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: AV COMUNICAÇÃO E MARKETING LDTA

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe aparenta ser qualificada atendendo a este item.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não diz se haverá uma estrutura montada em Palmas para desenvolver as atividades previstas em contrato.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item adequadamente	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não explica como será o controle de mídia realizado e colocado à disposição do Anunciante. Mas cita vários sistemas de pesquisas que dispõe.	1,8
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,7</b>



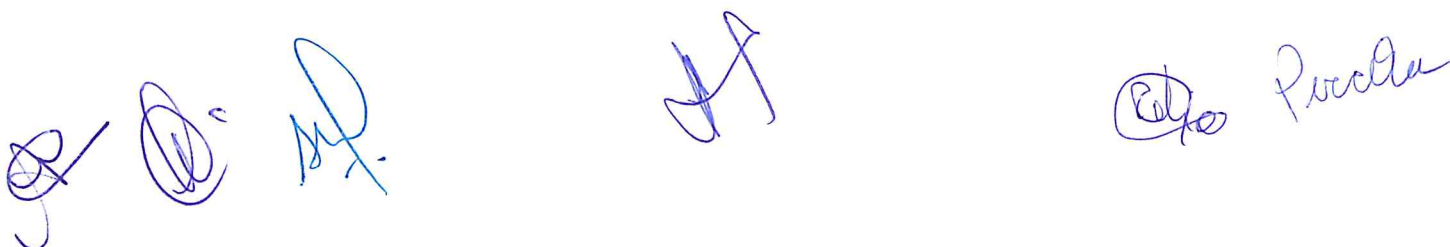
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item de forma satisfatória	2,0	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem qualidade de alto padrão.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  As informações são claras e diretas.	2,0	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>6,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos evidenciam um bom planejamento.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Os problemas e soluções apresentam consistência.	2,0	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Os resultados são claros e relevantes, mensurados por meio de pesquisas.	2,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  As exposições apresentam lógica. Atendeu bem a este item	2,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta** = **25.70 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: AMPLIA COMUNICAÇÃO EIRELI - EPP

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3  
ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

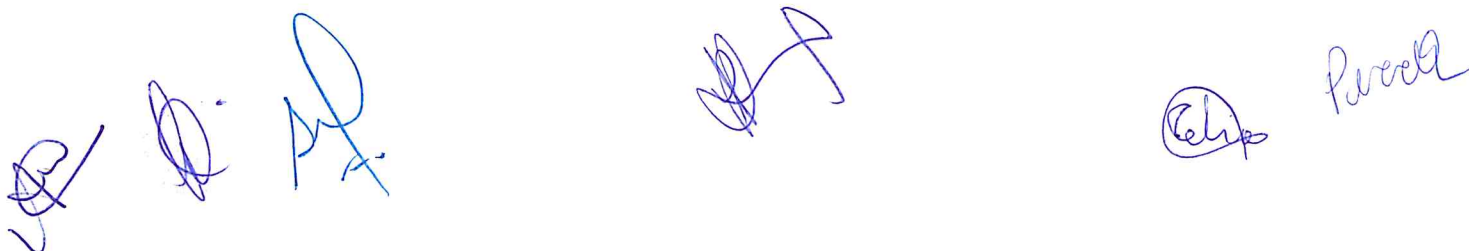
	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Apresentou 8 clientes de pequeno porte, e nenhum do setor público.	1,7
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Alguns profissionais trazem experiência no currículo e outros não.	1,7
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Apresentou apenas 5 profissionais. Nos departamentos de Produção Gráfica e Mídia, da maneira como foi apresentado o profissional, dá a entender que ele faz parte de outra equipe e não da Agência Ampla	1,6
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Instalações pequenas e sem muitos dados para uma análise detalhada.	1,2
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  As informações que apresenta são sucintas, podendo ter apresentado com mais detalhes a forma da operacionalidade proposta.	1,2
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não coloca nenhuma ferramenta de controle de auditoria, como anteriormente alguns dados não foram apresentados sem detalhes.	1,2
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>8,6</b>

**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Em algumas peças, como no VT Rodrigo da Silveira Vídeo de Apresentação, não fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver.	1,8
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  No VT do profissional Rodrigo da Silveira Vídeo de Apresentação, a imagem está com baixa qualidade. O material desenvolvido para o aniversário dos 15 anos do Portal CT apresenta baixa qualidade de execução. Nos demais trabalhos a qualidade e acabamento são bons.	1,8
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Deixa de ser claro na exposição dos problemas de algumas campanhas apresentadas. Nas campanhas 7 e 9, não informa na ficha técnica onde as peças foram veiculadas.	1,8
<b>Total c) Repertório</b>	<b>5,4</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos evidenciam um planejamento satisfatório.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Item atendido satisfatoriamente	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  No Caso 1, os resultados são claros e relevantes, mas no Caso 2, a solução não pode ser mensurada de forma satisfatória, pois não existem números reais para validar os argumentos.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Não mantém lógica no material apresentado, pois falta clareza quanto a problemas e resultados, como já citado, no Caso 2	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>6,0</b>

Nota total da **Proposta**= **20.00 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: AIM COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA S/C LTDA

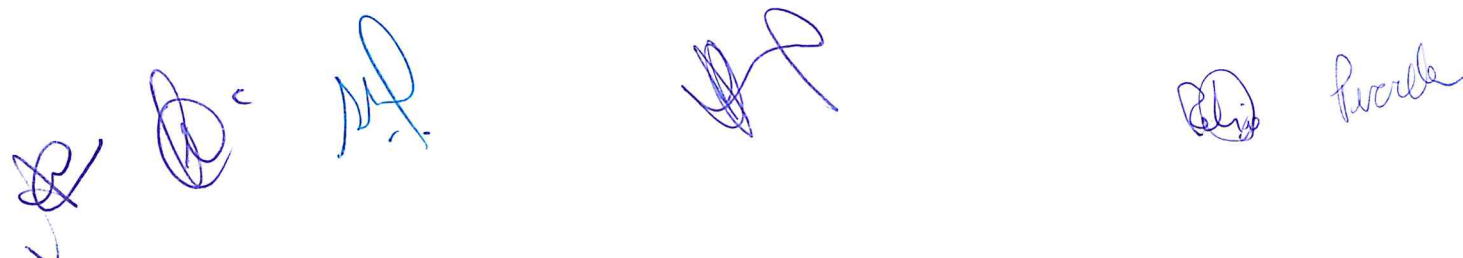
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Os clientes estão alinhados a este item, demonstrou um bom número de clientes.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe demonstra a qualificação necessária.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Instalações e estrutura adequadas às demandas do Anunciante.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Apresenta o relacionamento de forma adequada.	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item de forma satisfatória as informações são relevantes.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>12,0</b>



**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos): Apresenta de forma pertinente a ideia criativa em relação ao problema que resolveu.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos apresentados exibem qualidade de execução dentro da média.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas demonstram clareza nas informações	2,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>6,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Existe planejamento publicitário nos relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Há consistência no que foi apresentado.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Item adequado.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Item satisfatório	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta03= 26.00 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: AG COMUNICAÇÃO LTDA.

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou vários clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe demonstra a qualificação necessária, mas não fica claro quem é o profissional designado para a área de RTVC.	1,5
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Estrutura e instalações adequadas.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Item atendido satisfatoriamente.	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Informações apresentadas satisfatoriamente, item atendido.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,5</b>

**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Na peça 8, não foi apresentado o problema. Nas demais, as ideias criativas das peças são pertinentes aos problemas relatados.	1,5



b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos apresentam qualidade e bom acabamento.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As informações foram apresentadas com clareza, mas como mencionado anteriormente, na peça 8 , não foi possível a identificação do problema.	1,5
<b>Total c) Repertório</b>	<b>5,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos evidenciam um bom planejamento.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Os problemas e soluções apresentam consistência.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados são claros e relevantes, mensurados por meio de números reais.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Mantém lógica no material apresentado.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta** = **24.50 pontos**

Handwritten signatures in blue ink, including several distinct initials and names, located at the bottom of the page.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA

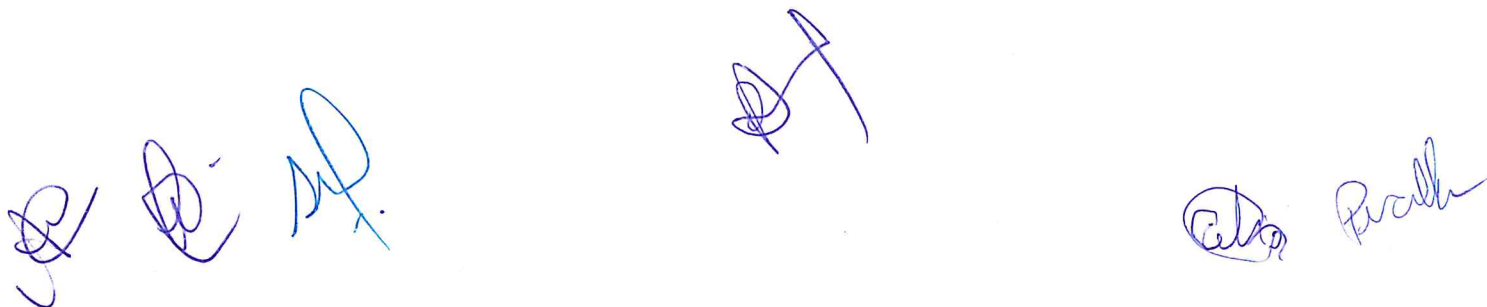
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Em sua maioria, os profissionais demonstram experiência, mas em algumas áreas, como RTVC, não fica claro se existe experiência na área específica.	1,8
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Atendeu o item de maneira satisfatória	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Satisfatório. Instalações modernas, com infraestrutura e materiais adequados à execução do contrato.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Item atendido de maneira satisfatória	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  As informações apresentadas de maneira que atendem a este quesito	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,8</b>



**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Ideias pertinentes aos problemas que foram solucionados.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem criatividade e qualidade.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As informações foram prestadas com clareza.	2,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>6.0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos evidenciam um planejamento satisfatório.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Atendeu de maneira satisfatória a este item	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Os resultados são relevantes e adequados.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Mantém lógica no material apresentado.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta10= 25.80 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes poucos.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Aparentam experiência em atividades publicitárias.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Adequado de modo geral, nas principais questões.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Estrutura satisfatória e espaço próprio na capital do Tocantins.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Adequado, atendendo a este item	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Explica de forma satisfatória.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,5</b>



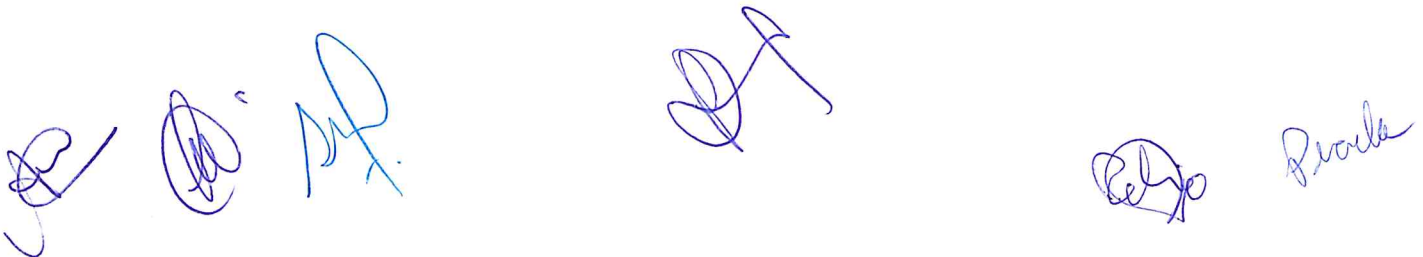
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos): Peças apresentam pertinência.	2,0	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos apresentados exibem pouca qualidade, mas aceitável.	1,5	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): No geral, as informações são claras.	2,0	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>5,5</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos evidenciam um planejamento adequado.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): As relações são consistentes.	2,0	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Em uma campanha os resultados são claros, na outra não é possível mensurar com números.	1,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Mantém uma lógica no material apresentado.	2,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>7,0</b>

Nota total da **Proposta= 24,00 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: MDP COMUNICAÇÃO EIRELI

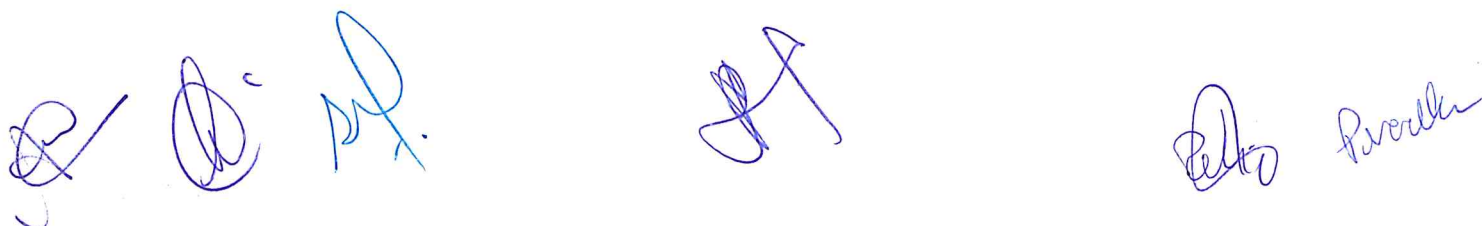
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Não apresentou nenhum cliente com a envergadura de um governo de estado.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe demonstra a qualificação necessária.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não diz se haverá uma estrutura montada em Palmas para desenvolver as atividades previstas em contrato.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende de maneira satisfatória a este item	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não explica como será o controle de mídia realizado e colocado à disposição do Anunciante.	1,5
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>10,9</b>




**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Na maioria das peças, não fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver.	1,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem qualidade de execução dentro da média.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  As informações são superficiais, pois não fala diretamente dos problemas a serem solucionados.	1,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>4,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Não é possível avaliar se o planejamento do Relato 1 (Fortes Tecnologia) foi adequado já que não apresenta o problema de comunicação e um resultado claro. Já no Relato 2 (Blackout), o planejamento foi satisfatório.	1,2
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): No Relato 1 (Fortes Tecnologia), não cita qual o problema de comunicação a ser resolvido. O resultado também não fica claro. No Relato 2 existe uma consistência adequada nas relações de causa e efeito entre problema e solução.	1,2
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  O resultado do Relato 2 é satisfatório. Mas o Relato 1 não é claro.	1,2
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Trabalha bem e expõe de forma adequada as ideias, mas não apresenta lógica total, pois no Relato 1 existem inconsistências.	1,2
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>4,8</b>

Nota total da **Proposta = 19,74 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: NEWWCOMUNICAÇÃO LTDA.

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou alguns clientes, no entanto nenhum do setor público.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Adequado ao objeto desta licitação.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe apresentada possui qualificação em todas as áreas demandadas pelo Anunciante.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  As informações prestadas são resumidas e não dá detalhes sobre como é sua estrutura de atendimento nos estados citados e não fala se montará uma estrutura física, com profissionais, em Palmas para atender ao Anunciante.	1,7
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  O check-in pós venda e recall são pontos que vão além do solicitado. Satisfatório.	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Apresentou de forma satisfatória este item.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,2</b>

Perlane

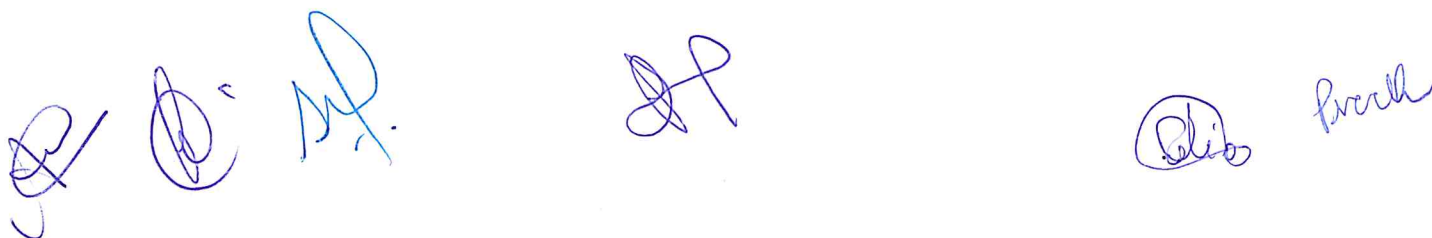
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos): As peças apresentam soluções criativas pertinentes e satisfatórias.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos apresentados exibem qualidade e bom acabamento.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Atendeu ao item.	2,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>6,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Os trabalhos evidenciam um planejamento aceitável.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Expõe de maneira adequada a consistência lógica entre os problemas apresentados e as soluções propostas.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Nos dois cases os resultados foram relevantes.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A licitante consegue articular de forma relevantes as informações apresentadas	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta** = **25.20 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: AGÊNCIA LUMIA EIRELI – ME

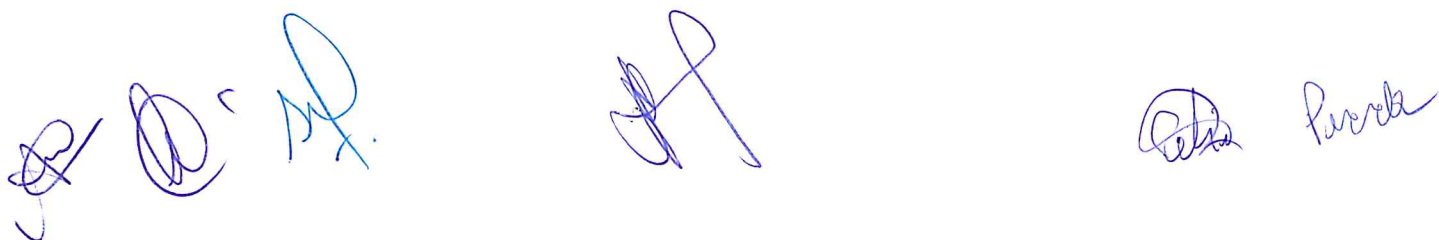
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Apresentou 17 clientes com porte adequado ao objeto desta licitação, no entanto nenhum do setor público.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe apresentada possui qualificação em todas as áreas demandadas pelo Anunciante.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Infraestrutura e instalações adequadas à execução do contrato.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  A operacionalidade de relacionamento entre Anunciante e licitante atende a demanda ao item	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Apresentou serviços relevantes e os colocou à disposição do Anunciante.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,5</b>



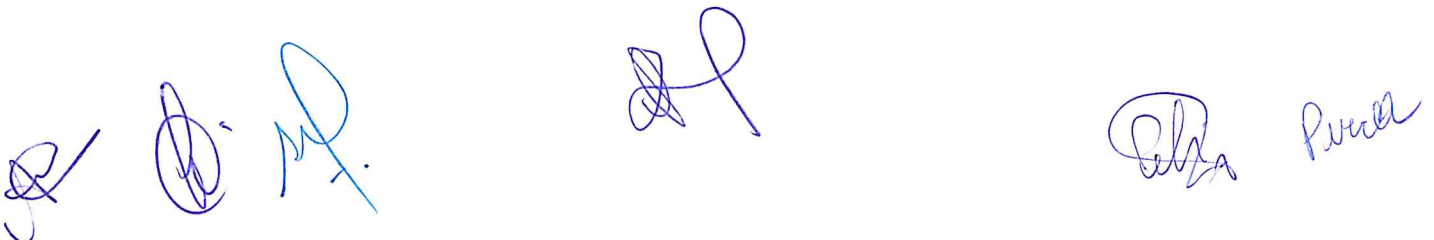
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  A ideia criativa é adequada e pertinente ao problema que a licitante se propôs a atender.	2,0	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem qualidade acabamentos adequados.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  As informações são claras.	2,0	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>6,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos evidenciam um planejamento adequado.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Os problemas e soluções apresentam consistência.	2,0	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Os resultados foram expostos de forma clara.	2,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Mantém uma lógica no material apresentado.	2,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta= 25.50 pontos**



## CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

### ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

#### SUBCOMISSÃO TÉCNICA

**MEMBRO:** PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

**AGÊNCIA/LICITANTE:** VIEW 360 PUBLICIDADE COMUNICAÇÃO INTEGRADA LDTA

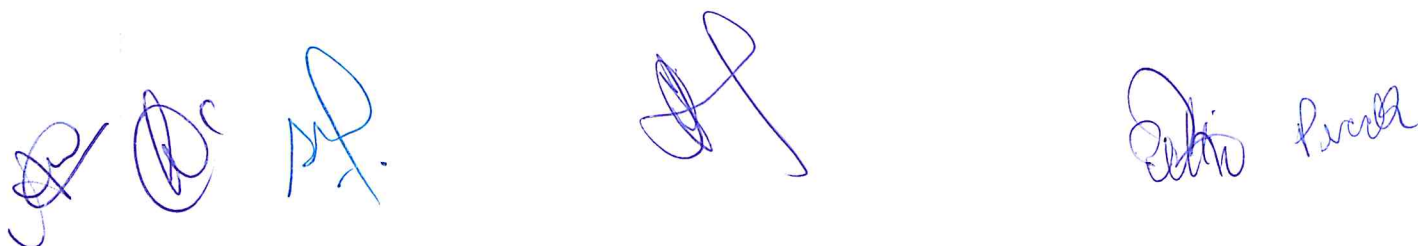
#### JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

#### **b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  As qualificações atendem às necessidades do Anunciante	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não diz se haverá uma estrutura montada em Palmas para desenvolver as atividades previstas em contrato. Mas apresentam boas instalações e infraestrutura.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  A operacionalidade do relacionamento foi apresentada de forma satisfatória	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Atendeu de forma satisfatória	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,9</b>



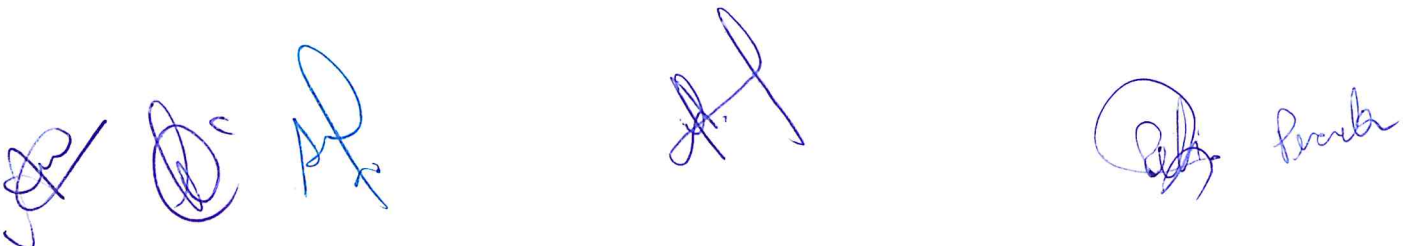
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver de forma adequada.	2,0	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem uma boa qualidade e acabamento.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Informações são claras.	2,0	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>6,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos evidenciam um bom planejamento.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Os resultados não ficam claros, pois não explica de forma adequada e nem apresenta dados que indiquem o sucesso das campanhas.	1,0	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Não é possível identificar a fonte da obtenção dos resultados, pois são citados apenas de forma superficial, sem uma base clara para sua mensuração.	1,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Mantém uma lógica no material apresentado, mas faltam informações sobre seus resultados.	1,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>5,0</b>

Nota total da **Proposta** = **22.90** pontos



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: PUBLIC COMUNICAÇÃO E MARKETING LDTA.

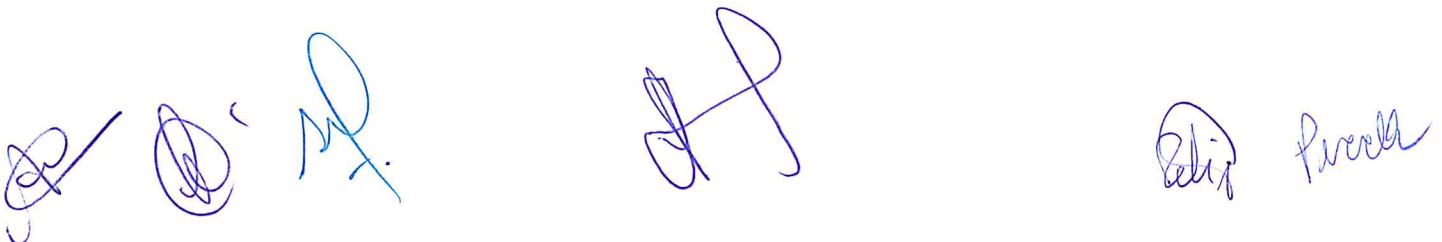
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado(de 0 a 02 pontos):  Apresenta o Governo do Tocantins como cliente, mas atualmente o contrato não está mais vigente. Os demais clientes demonstram um porte adequado ao objeto desta licitação.	1,9
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe apresentada é adequada às funções.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  As instalações, infraestrutura e recursos materiais aparentam ser adequadas.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende satisfatoriamente a este item	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Conjunto relevante de informações que atendem satisfatoriamente	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,9</b>



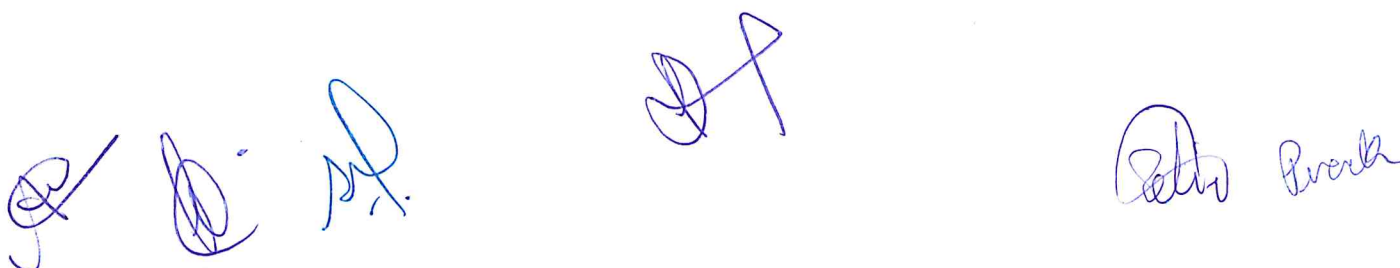
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Nas campanhas apresentadas e a ideia criativa foi pertinente, mas na campanha da Easy credit, o problema que a licitante se propôs a resolver não fica claro.	1,9
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem criatividade e qualidade.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Informações claras atendendo de forma satisfatória	2,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>5,9</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos evidenciam um planejamento satisfatório.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Demonstra consistência entre os problemas e as soluções apresentadas	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Os resultados apresentados se mostram relevantes	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Mantém lógica no material apresentado.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da **Proposta** = **25.80 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: PROPAGANDA DESIGUAL LTDA

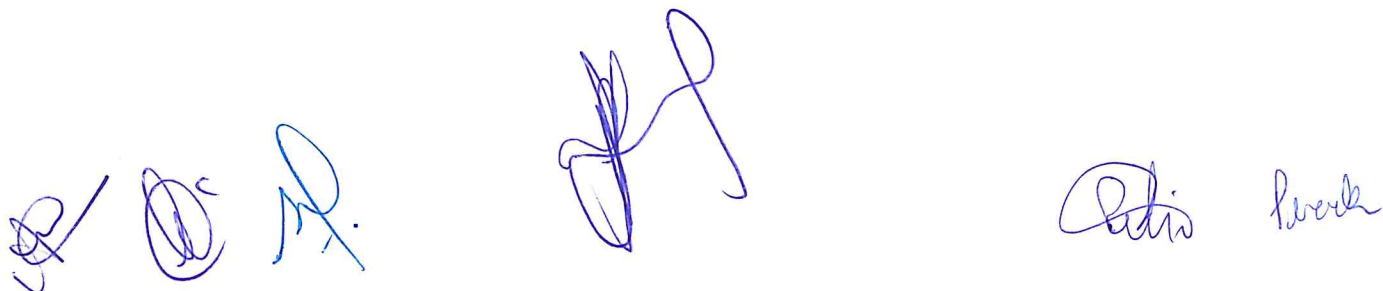
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresenta clientes com porte adequado ao objeto desta licitação, mas cita o Governo do Tocantins como seu cliente.	1,9
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time composto por 29 profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver uma campanha publicitária.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  As qualificações e quantificações dos profissionais apresentados atendem às demandas do anunciante.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  As informações prestadas indicam boas instalações e infraestrutura.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  A operacionalidade de relacionamento entre Anunciante e licitante atende a demanda com prazos adequados.	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Satisfatório o conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Governo do Estado.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,9</b>



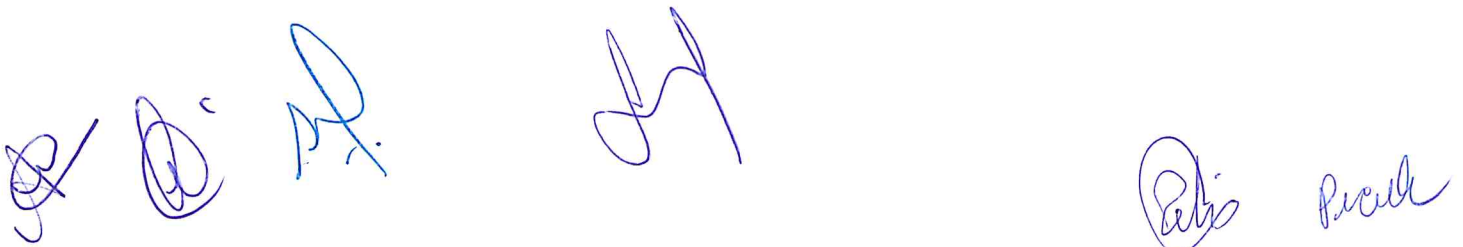
**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):	Pontuação	
Não fala sobre qual o problema de comunicação de no REPERTÓRIO 2, 5 e 8, quando só aborda os objetivos.	1,5	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):		
Os trabalhos apresentados exibem uma boa qualidade e acabamento.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):		
Informações não são claras, já que deixa de informar alguns problemas de comunicação.	1,5	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>5,0</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):	Pontuação	
Os trabalhos evidenciam um bom planejamento.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):		
No RELATO 2 não é possível se identificar o resultado atingido, com números que comprovem suas afirmações.	1,5	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):		
No Relato 1 o resultado é relevante, mas não é citado o resultado do Relato 2, apenas números que mostram o alcance da campanha e a informação, sem números, que indica um aumento na arrecadação.	1,5	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):		
Mantém uma lógica no material apresentado, mas faltam informações sobre seus resultados no RELATO 2.	1,9	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>6,9</b>

Nota total da **Proposta** = **23.80 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: MENE E PORTELLA PUBLICIDADE LTDA


JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Mostrou um time de profissionais que demonstram experiência e capacidade para desenvolver a campanha.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A qualificação dos profissionais aparenta ser adequada.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Satisfatório. Instalações modernas, com infraestrutura e materiais adequados à execução do contrato.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende a este item adequadamente.	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Discorre de forma relevante sobre as informações deste item.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>12.00</b>




**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Em algumas peças, não fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver. Na peça voltada aos problemas de síndromes respiratórias do Governo do Amazonas, a mensagem não chegará a todos os públicos do Anunciante, já que o VT é baseado em legendas e uma referência metafórica sobre como se lavar as mãos corretamente.	1,8	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentados exibem criatividade e qualidade.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  No geral, as informações são claras, mas como não fala diretamente dos problemas a serem solucionada, falha neste ponto.	1,8	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>5,6</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos evidenciam um planejamento satisfatório.	2,0	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Apresenta consistência quando discorre sobre os assuntos deste item. Acabou tendo dificuldade em expor como foi possível medir os resultados alcançados na campanha Essa é Minha Gente	1,2	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Os resultados não ficam claros, pois não explica de forma adequada e nem apresenta dados que indiquem o sucesso das campanhas.	1,2	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Não apresenta lógica total como abordado nos itens anteriores.	1,2	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>5,6</b>

Nota total da **Proposta= 23.20 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: PERLANE DE CÁSSIA CORDEIRO LOIOLA

AGÊNCIA/LICITANTE: THERA PUBLICIDADE LTDA.

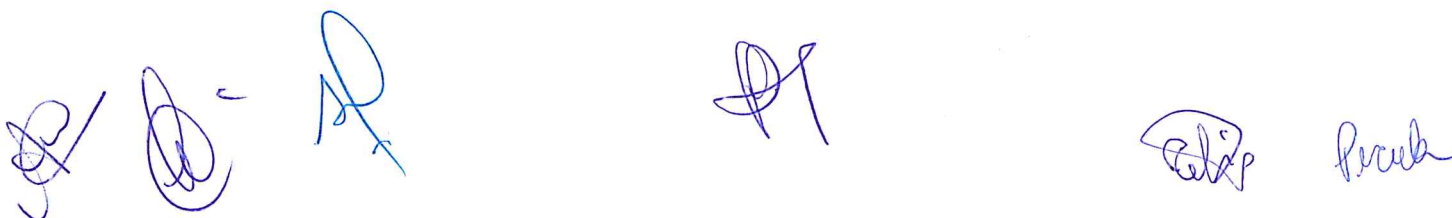
JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

**b) Capacidade de Atendimento (pontuação máxima: 12 pontos)**

	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou 18 clientes com porte adequado ao objeto desta licitação.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  No currículo de alguns profissionais não foi possível constatar experiência profissional adequada.	1,9
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe demonstra qualificação.	2,0
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):  Não diz se haverá uma estrutura montada em Palmas para desenvolver as atividades previstas em contrato.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Adequado, atendendo a este item.	2,0
f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (de 0 a 02 pontos):  Colocará à disposição da licitante um conjunto de informações de mkt e comunicação satisfatório.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11.80</b>



**c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)**

	Pontuação	
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos):  Em algumas peças, não fala sobre o problema de comunicação que a licitante se propôs a resolver.	1,9	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os trabalhos apresentam qualidade.	2,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Ideias apresentadas de simples compreensão e de fácil entendimento	2,0	
<b>Total c) Repertório</b>		<b>5,9</b>

**d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (pontuação máxima: 08 pontos)**

	Pontuação	
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):  O proponente apresenta a mesma campanha (MAIO AMARELO), com peça repetida, no REPERTÓRIO E RELATOS E SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.	1,5	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Os problemas e soluções apresentam certa consistência.	2,0	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  A avaliação não é possível, pois não foram apresentados os resultados dos dois relatos.	0,0	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Sem resultados, não há como avaliar se existe total lógica na exposição.	1,0	
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>4,5</b>

Nota total da **Proposta= 22.20 pontos**

