

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): A Licitante demonstrou possuir um bom porte de anunciantes em variados segmentos.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Apresenta um rol qualificado de profissionais, mas com resumidas informações quanto às experiências profissionais.	1,9
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): Não listou profissionais para as áreas de internet, estudo e planejamento e produção gráfica.	1,2
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos): Apresenta uma boa estrutura, mas poderia ter explicado como será a estrutura em Palmas caso vença o certame.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): A operacionalidade atende às demandas do Governo do Estado	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
Total b) Capacidade de Atendimento	11,0

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 se mostraram criativas e pertinentes aos problemas descritos.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Peças de boa qualidade e acabamento.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Peças expostas com clareza de informações.	2,0
Total c) Repertório	6,0

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

a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):	Pontuação
Planejamentos publicitários satisfatórios. O contratempo que se apresenta, é que o problema e a solução das campanhas O ESPAÇO PERFEITO e ESCOLHA SUA PIZZA, são os mesmos de dois repertórios, já apresentados no quesito anterior, bem como, várias peças aqui evidenciadas, também foram anteriormente do item REPERTÓRIO.	1,5
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, mas como mencionado anteriormente, repete o que foi defendido em dois repertórios.	1,5
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Não evidenciou qual foi o resultado obtido no Relato 01 O ESPAÇO PERFEITO do cliente CRISTAL ENGENHARIA.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Demonstra ter competência em articular as ideias em torno do que se propôs apresentar, mas expôs informações sobre o resultado alcançado em um dos relatos.	1,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5,0

Nota total da **Proposta = 22,0 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: CANNES 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 rol de vários clientes de bom porte e em segmentos variados.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Os profissionais apresentados demonstram experiência no mercado publicitário.	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 que foi exigido de forma 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): Toda infraestrutura, instalações e os recursos materiais apresentados são 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): Expôs de forma adequada o relacionamento entre a licitante e o Governo do Estado, atendendo às demandas necessárias.	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): O conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Anunciante atende as expectativas.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	12,0

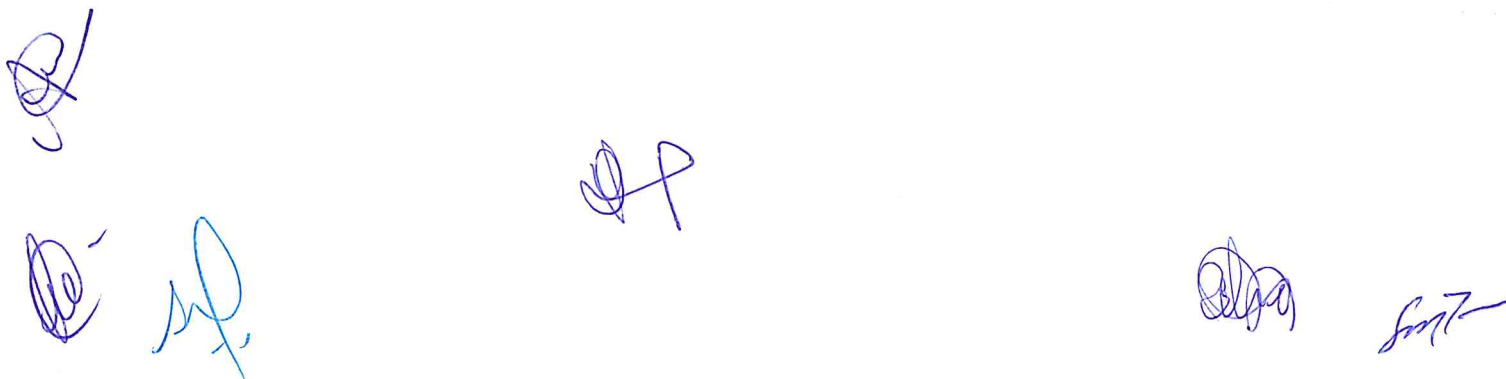
c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos): Todas as peças apresentadas se mostraram com ideias criativas e bem pertinentes, mas poderia ter exposto de forma mais clara, mesmo que resumidamente, a que problema se propôs a resolver.	1,8
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Demonstrou qualidade na execução das peças.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas demonstram clareza na exposição das informações contidas nos materiais, exceto em algumas em que os problemas não ficam tão claros.	1,5
Total c) Repertório	5,3

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 planejamento publicitário foi demonstrado nos relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atendeu de maneira satisfatória quando faz uma relação entre os problemas e as soluções propostas.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Apresentou resultados nos dois relatos, mas não ficou claro a relevância do relato do cliente TCE.	1,5
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Apresenta ter a competência de articular as ideias em torno do que se propôs apresentar.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	7,5

Nota total da Proposta = 25,8 pontos



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: PROPAGANDA DESIGUAL

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): Demonstrou um bom número de clientes com bom porte e tradição. Expôs o Governo do Tocantins como seu atual cliente, mas se sabe que o contrato não está mais vigente desde fevereiro de 2022.	1,9
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Profissionais apresentados com ótimos currículos e 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): Atendeu adequadamente 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): A estrutura, instalações e recursos materiais destacados atendem às demandas para a 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 demonstrada na sua proposta foi satisfatória para o atendimento do Governo do Estado.	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): Demonstrou um conjunto de informações de marketing e pesquisas satisfatório.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,9

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 apresentadas são pertinentes aos problemas apresentados, exceto pelos repertórios 02, 05 e 08 que não apresentou problema.	1,5
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): As peças se mostraram com boa qualidade de execução.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):	
As peças apresentadas demonstram clareza na exposição das informações contidas nos materiais, mas, como falado no item anterior, não é demonstrado problema nas peças 02, 05 e 08.	1,5
Total c) Repertório	5,0

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):	
Planejamentos publicitários presentes e visíveis nos dois relatos apresentados.	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, com exceção do case 2, pois não expôs de forma clara as informações para compreender os resultados.	1,5
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):	
Para o relato do cliente GDF foi mencionado como resultado, que teve adimplência, mas não apresentou números que mostrasse esse aumento da arrecadação.	1,5
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):	
Demonstrou ter competência par articular as ideias em torno do que se propôs apresentar.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	7,0

Nota total da **Proposta** = **23,9 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: KINTAW DESIGN 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): Demonstrou possuir clientes de bom porte, tanto na iniciativa público quanto privada	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Apresenta uma relação de profissionais com boas experiências no segmento publicitário.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): Qualidade e quantidade de profissionais atendem às necessidades do cliente.	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): Atende às demandas do contrato, mas não expôs como será a estrutura de atendimento no Tocantins, caso ganhe este certame.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): A operacionalidade apresentada atende às demandas do Governo do Estado	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): O conjunto de informações apresentado atende satisfatoriamente o exigido.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,9

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 apresentadas se mostraram criativas e pertinentes aos problemas descritos.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Peças de boa qualidade e finalização.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Nas peças é visível a clareza das informações apresentadas.	2,0
Total c) Repertório	6,0

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Planejamento publicitário 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): No relato da campanha LEGADO COVID 19, não foram apresentados dados suficientes que demonstrassem reais resultados obtidos por conta da campanha. O mais perto de um dado palpável foi "...interação e dos comentários nas redes sociais", mas não apresentou números que comprovassem tais afirmações. O mesmo ocorreu com a campanha Volta às Aulas Interior - Covid 19, que não apresentou dados que comprovassem o que foi relatado.	0,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Demonstra ter competência em articular as ideias em torno do que se propôs apresentar, mas fragiliza essa afirmação por não conseguir atribuir resultados palpáveis aos relatos propostos.	1,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5,0

Nota total da **Proposta**= **22,9 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: AGE COMUNICAÇÃO LTDA.

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

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

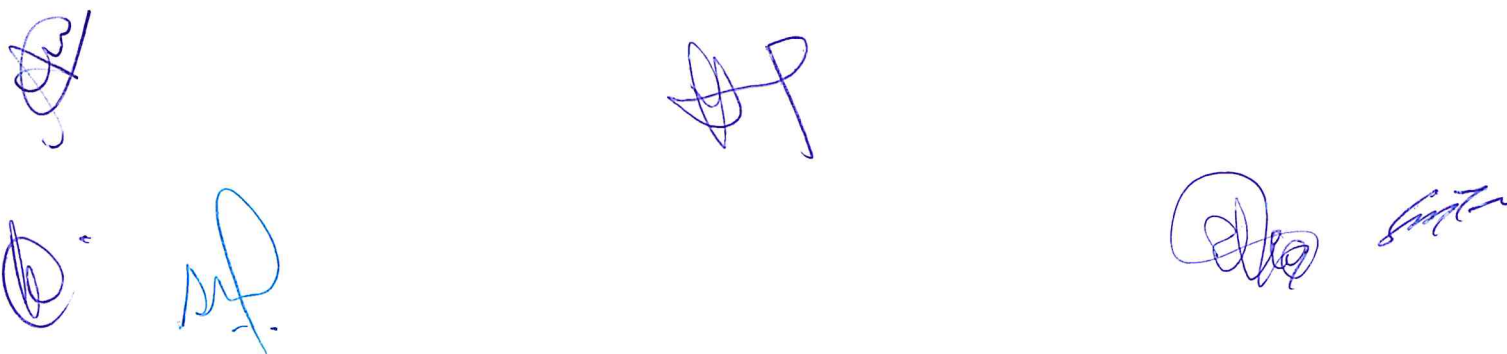
	Pontuação
<p>a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):</p> <p>Apresentou somente 02 clientes e do público, não tendo diversidade de clientes com diferentes atuações no mercado, mas vale destacar que os clientes são bom porte.</p>	1,5
<p>b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):</p> <p>É prudente pontuar que alguns profissionais colocados à disposição têm pouca experiência no mercado e em atividades publicitárias.</p>	1,7
<p>c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):</p> <p>Apresentou um número de profissionais reduzido, mas condizentes aos dois clientes, mas deixou de explicar como fará para atender o Governo do Estado caso seja uma das agências vencedoras, se aumentará o quadro de funcionários, por exemplo. Cita uma funcionária em dois momentos e com funções diferentes, não ficando claro o motivo para ter feito isso. Se contradiz ao expor a função no título do item que a profissional Daniella Flores exerce (ATENDIMENTO, REDAÇÃO, PRODUÇÃO DE RÁDIO, TV E CINEMA), com o texto que descreve que tal profissional, desde março de 2019, faz parte da equipe de criação e redação da Agência Age, não ficando claro se a profissional Daniella é ou não responsável pelo que é descrito no título.</p>	1,5
<p>d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (de 0 a 02 pontos):</p> <p>Os recursos que serão colocados à disposição do anunciante são adequados à execução do contrato, mas deixa de apresentar a estrutura física e de infraestrutura da agência, somente descrevendo os equipamentos da criação e atendimento. No edital não há obrigação de inserir fotos das instalações, mas insere um projeto ao invés de imagens reais das instalações sem explicar o motivo.</p>	1,8
<p>e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):</p> <p>Os prazos de criação apresentados foram relevantes, mas cita a criação de uma campanha em um único dia, o que pode comprometer a qualidade final do produto apresentado.</p>	1,8
<p>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):</p> <p>Conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Anunciante é adequado, inclusive com disponibilidade de TV fiscal.</p>	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	10,6

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): Todas as peças apresentadas no repertório são de um único cliente. Todas com boa qualidade e ideia criativa. Alguns relatos acabam por não serem descritos com evidência os problemas que as peças deveriam resolver, como o VT Ano Novo 2019, Jornalista e Vídeo Documentário. O problema exposto para a peça VT Ano Novo 2019 do cliente Assembleia Legislativa do Tocantins, somente foi mencionado "fomentar o sonho e a esperança no povo tocantinense", o que não ficou totalmente claro qual o problema que se destina a resolver. Na peça Outdoor da campanha Escola do Legislativo não insere ao menos um veículo que foi exibido e sim a praça.	1,8
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Boa qualidade demonstrada em todas as peças, sendo estas qualificadas e de bom acabamento.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Não foi percebida total clareza sobre o problema de comunicação da campanha de final de ano da Assembleia e da campanha Jornalista.	1,8
Total c) Repertório	5,6

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 planejamentos publicitários ficaram evidentes nos relatos apresentados	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Não demonstrou clareza nos resultados apresentados para as campanhas OPERA TOCANTINS e SALVE VIDAS.	1,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): No relato OPERA TOCANTINS há exposição do resultado do projeto com o número de 5.830 cirurgias, mas a licitante demonstra que esse número é decorrente da campanha publicitária, mas não há relação, porque a campanha em nada influenciou na realização deste número de cirurgias, e sim a disponibilidade humana e de material por parte do Hospital Geral Palmas. Já no relato da campanha SALVE VIDAS, não foi possível mensurar de quanto foi a diminuição dos casos a partir da veiculação desta campanha.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A apresentou competência em articular as ideias em torno do que se propôs apresentar, exceto quando faz relação ao número de cirurgias realizadas com a campanha criada para o OPERA TOCANTINS.	1,5
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	6,0

Nota total da **Proposta** = **22,2 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): A Licitante apresentou clientes de diferentes estruturas e segmentos, o que atende as expectativas do Anunciante.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Profissionais com vasta 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): As qualificações e quantificações dos profissionais que foram 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): Infraestrutura e instalações adequadas à execução do contrato. Poderia neste quesito ter explicado como seria a estrutura em Palmas se fosse uma das agências vencedoras do certame.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): As operações de relacionamento entre a licitante e o Governo foi bem apresentado e adequado às necessidades do cliente.	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): O conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Anunciante é adequado ao objeto deste contrato.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,9

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 apresentadas se mostraram com ideias criativas e pertinentes, mas algumas não apresentaram explicitamente a quais problemas deveriam resolver. Na peça Web banner do cliente Colégio Conexão, não fica claro o veículo que seria veiculado. A licitante não entendeu corretamente o que o edital solicitou, onde naquelas peças que foram veiculadas havia necessidade de citar ao menos um veículo que a peça foi	1,5

exibida. Também, não são bem expostos os problemas na peça Stories do cliente Recipar Ambiental.	
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Demonstrou qualidade na execução das peças colocadas como exemplo, mas na peça outdoor, do cliente HD Produções, a linguagem não é compatível com o veículo, pois há muita informação/texto para um veículo que tem em média só 8" para exposição/leitura por parte do público alvo.	1,8
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas demonstram algumas falhas na exposição das informações, já citadas anteriormente.	1,5
Total c) Repertório	4,8

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 planejamentos publicitários ficaram evidentes nos relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atendeu de maneira satisfatória quando faz uma relação entre os problemas e as soluções propostas, exceto quando menciona que faria publicidade sobre o "Plano de Desempenho" do cliente Centro de Ensino Girassol, onde mencionou que daria publicidade a este plano, mas nas peças em nenhum momento é falado sobre ele.	1,8
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Apresentou resultados positivos nos dois relatos.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Apresentou competência em articular as ideias em torno do que se propôs apresentar.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	7,8

Nota total da **Proposta= 24,5 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: ECLÉTICA 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): Demonstrou possuir anunciantes destacados em variados segmentos.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Apresenta um histórico relevante, com trabalhos variados e bons currículos de profissionais para a execução de suas atividades. Poderia ter apresentado currículos com mais informações.	1,9
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): Não cita os profissionais de produção gráfica e cinema, conforme solicitado, no edital.	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): Apresenta uma estrutura técnica e operacional adequada às necessidades do Anunciante, mas não mencionou como será a estrutura colocada à disposição em Palmas se a mesma vencer a concorrência em questão.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): Apresentou prazos adequados ao atendimento das demandas.	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 informações adequadas quando menciona pesquisas e auditorias, mas não explica como fará isso no controle de mídia.	1,5
Total b) Capacidade de Atendimento	10,9

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 um mix diversificado de peças. Em algumas delas não são expostos os problemas a serem resolvidos.	1,8
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Trabalho com bom nível de criatividade e boa qualidade.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Na maior parte do repertório apresenta de forma clara as informações prestadas, mas apresentou uma informação divergente no caso do brinde, onde cita que a criação ocorreu em 2019, e fala que seriam entregues em 2020, mas o calendário apresentado é de 2021.	1,8
Total c) Repertório	5,6

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

a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):	Pontuação
Expôs de forma aceitável a evidencia do planejamento publicitário, mas quanto ao problema da Covid-19, pela sua gravidade, o planejamento apresentado foi frágil.	1,8
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Apresentou peças de pouco impacto. A partir do que expôs nos problemas das peças que foram apresentadas, não cumpriu às necessidades forma satisfatória.	1,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): A proposta foi aceitável, mas frágil, visto que os resultados apresentados não ficaram claros.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A proposta foi aceitável, mas não conseguiu apresentar resultados satisfatórios, quando levamos em consideração a relação das peças apresentadas com o problema propostos nas campanhas.	1,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	4,8

Nota total da **Proposta** = **21,3 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: AV 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 uma gama de clientes em diferentes mercados de atuação, alguns com bom porte.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): A Licitante apresentou profissionais com bons currículos 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): 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): Instalações, infraestrutura e recursos materiais atendem à demanda do Anunciante, mas não comenta como, e de que maneira será a estrutura física e de pessoal em Palmas, se for a ganhadora do certame.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): Apresentou a operacionalidade do relacionamento 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): Expôs que colocará à disposição da licitante um conjunto de informações de mkt e comunicação que atende satisfatoriamente, mas não explica como será feito o controle de exposição das mídias. É prudente saber como se daria esse processo.	1,8
Total b) Capacidade de Atendimento	11,7

c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)

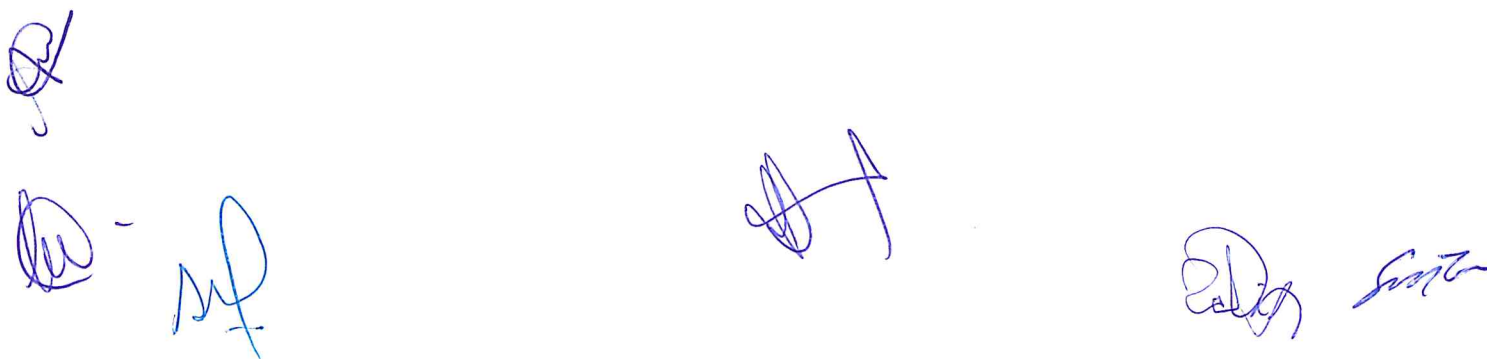
	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos): As ideias criativas foram expostas de maneira adequada.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Peças apresentadas com ótima qualidade e acabamentos.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As Ideias apresentadas foram expostas corretamente.	2,0
Total c) Repertório	6,0

Handwritten signatures in blue ink are present at the bottom of the page, including a large signature on the left and several smaller ones on the right.

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Nos relatos apresentados é possível notar os planejamentos publicitários trabalhados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Apresentou consistência na relação entre os problemas apresentados e as devidas soluções.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Expõe de maneira adequada os resultados alcançados a partir das campanhas apresentadas.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Expôs de forma articulada uma cadeia de ideias até chegar aos resultados finais.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da **Proposta** = **25,7 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): Clientes apresentados tem porte e tradição compatíveis com a do Anunciante.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Profissionais apresentados com bons currículos e 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): 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): Apresentou instalações, infraestrutura e recursos materiais compatíveis ao atendimento do Anunciante, mas não mencionou sobre a estrutura mínima de atendimento a ser instalada em Palmas-TO.	1,9
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 à demanda 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): Expôs adequadamente o conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Governo do Estado.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,9

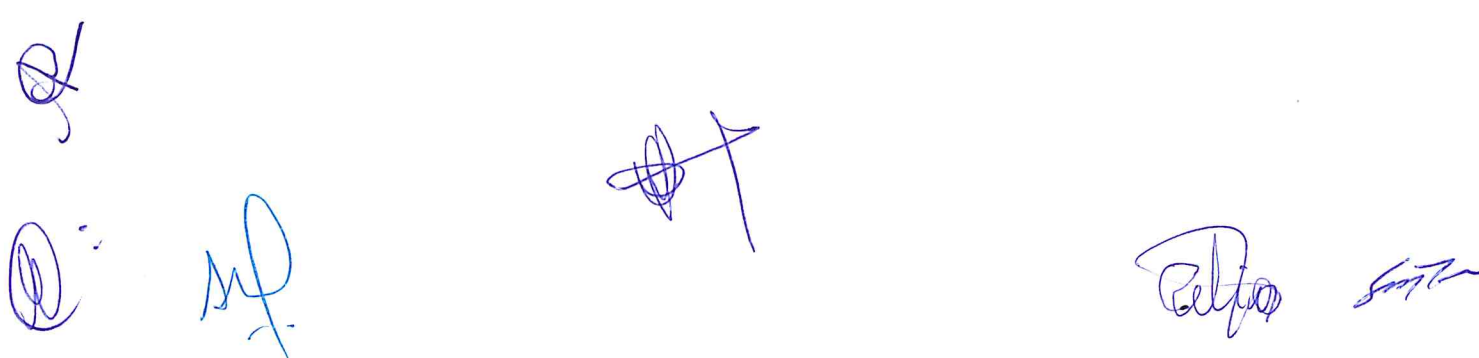
c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)

	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 apresentadas são pertinentes aos problemas apresentados.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): As peças se mostraram com boa qualidade de execução e finalização.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas demonstram clareza na exposição das informações contidas nos materiais.	2,0
Total c) Repertório	6,0

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Planejamentos publicitários presentes e visíveis nos dois relatos apresentados.	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): Resultados apresentados de forma adequada.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Demonstra ter competência de articular as ideias em torno do que se propôs apresentar.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da **Proposta** = **25,9 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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 uma boa relação de clientes de diversos segmentos, mas nenhum do setor público.	1,8
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Não discorreu a experiência de todos os profissionais, descrevendo brevemente alguns currículos.	1,8
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): De certa forma a proposta é aceitável, mas quanto ao profissional Eduardo Jardim, como sendo o responsável pelos departamentos de Produção Gráfica e Mídia, mas na descrição demonstrou que ele faz parte de outras empresas, não ficou claro o que ele desenvolve dentro 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): Com as informações descritas de forma superficial, não foi possível conhecer como é infraestrutura da empresa. Poderia ter discorrido de maneira mais detalhada para que a subcomissão pudesse conhecer melhor o que tem e o que colocará à disposição do Governo do Tocantins, caso vença este certame.	1,5
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, também foi apresentada de forma superficial.	1,5
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): Poderia ter discorrido e apresentado como faria a auditoria das veiculações. Desse modo, não foi totalmente satisfatório quanto ao conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Governo do Estado.	1,5
Total b) Capacidade de Atendimento	9,7

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): Expôs de maneira pertinente, quando se propôs, em resolver os problemas apontados no resumo textual de cada peça, com exceção do VT Rodrigo da Silveira.	1,8

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): A maior parte das peças se mostraram com boa qualidade, mas na peça do cliente Rodrigo da Silveira, as imagens se apresentaram com baixa qualidade,	1,8
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas demonstram clareza na exposição das informações contidas nos materiais, mas não se torna perfeita essa clareza pelo fato de não ter apresentado problemas em todas as peças.	1,8
Total c) Repertório	5,4

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 planejamentos publicitários são vistos e percebidos, nos relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atendeu de forma satisfatória, mencionando os problemas e as soluções criadas.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): No relato da cliente Ebel, não fica claro, quais foram os resultados obtidos. Somente foi exposto que aumentaram o número de clientes e abriram portas para mais reuniões, sem expor qual foi esse quantitativo.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Foi coerente ao articular e projetar as informações das campanhas e defesas dos partidos temáticos, exceto em um dos cases, conforme relatado anteriormente.	1,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	6,0

Nota total da **Proposta = 21,1 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): Demonstrou número satisfatório de clientes e bom porte e tradição.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Profissionais com ótimos currículos e 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): As qualificações e quantificações dos profissionais apresentados atendem às demandas do anunciante, mas não fica claro qual é o nome do profissional que será responsável pela produção 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 apresentada adequada às necessidades do cliente, inclusive fez a apresentação de como se fará presente fisicamente caso ganhe este certame.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): Apresentou uma proposta de relacionamento entre o governo e a licitante.	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): Demonstrou conjunto relevante de informações de TV e rádio fiscal e clippings.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,5

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 apresentadas são pertinentes aos problemas apresentados, exceto pela 08, que não apresentou o problema.	1,5
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): As peças se mostraram com boa qualidade de execução.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas demonstram clareza na exposição das informações contidas nos materiais, mas conforme exposto no item anterior, não é demonstrado problema na peça 08.	1,5
Total c) Repertório	5,0

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Planejamentos publicitários presentes e visíveis nos dois relatos apresentados.	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): Resultados apresentados se mostraram adequados.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Demonstra ter competência em articular as ideias em torno do que se propôs apresentar.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da Proposta = **24,5 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): Apresentou a relação de treze clientes de diversos segmentos e portes variados, incluindo vários do setor público.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Profissionais apresentados com ótimos currículos e 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): 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 instalações, infraestrutura e recursos materiais que colocarão à disposição do anunciante atendem às necessidades do contratante.	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 à demanda, com prazos adequados, inclusive sobre a estrutura que colocará à disposição do Anunciante caso seja vencedora deste certame.	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): Expôs o conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Governo do Estado, sendo estes adequados.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	12,0

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 apresentadas com ideias criativas pertinentes aos problemas expostos.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): As peças se mostraram com boa qualidade de execução e bons acabamentos.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas, demonstram clareza na exposição das informações contidas nos materiais.	2,0
Total c) Repertório	6,0

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): São evidentes os planejamentos publicitários nos dois relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): As relações entre os problemas apresentados e as soluções propostas foram satisfatórias.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados apresentados atenderam este item.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Apresenta ter competência de articular as ideias em torno do que se propôs apresentar.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da Proposta= **26,0 pontos**

Handwritten signatures in blue ink, including a large stylized signature on the left, a signature in the middle, and two smaller signatures on the right.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: DUCK COMUNICAÇÃO INTEGRADA 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 relação de clientes com bom porte e tradição em segmentos diversos.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Apresentou rol de profissionais com experiências 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): As qualificações atendem as necessidades do Anunciante, mas não citou profissionais que atenderão as áreas de produção 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 descreveu as informações para que a sub comissão possa conhecer como são as instalações e a infraestrutura que serão colocadas à disposição do Anunciante, nem mesmo como será a estrutura no Tocantins que será montada se ganhar o certame.	0,5
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 certa forma aceitável, mas poderia detalhar mais como seria a sistemática de atendimento.	1,8
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): Demonstrou à licitante um conjunto de informações de marketing e comunicação satisfatório.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	9,8

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 expostas adequadamente, mas deixou em algumas peças, de expor de maneira clara os problemas que precisam ser solucionados.	1,8
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Peças apresentadas com qualidade e acabamento, satisfatórios.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Ideias apresentadas de simples compreensão. Poderia ter discorrido melhor acerca dos problemas.	1,8
Total c) Repertório	5,6

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Evidenciou corretamente os planejamentos publicitário nos relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Apresentou consistência na relação entre os problemas apresentado e as soluções, todavia, na campanha do Turismo, da forma como expôs, não houve como analisar os resultados obtidos.	1,5
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Em um dos casos expõe de maneira clara e objetiva os resultados, mas no relato da campanha "Seu próximo destino 2020", não há um resultado palpável. Assim, deixou a desejar nessa informação.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Expôs de forma articulada uma cadeia de ideias.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	6,5

Nota total da **Proposta** = **21,9 pontos**

Handwritten signatures in blue ink, including a large stylized signature on the left, a signature in the middle, and a signature on the right.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA 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 relação de clientes de grande porte e com atuações variadas.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Foram apresentados profissionais com boa experiência no mercado publicitário.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): Qualificação e quantificação dos profissionais são adequadas às necessidades do Governo do Estado.	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): A infraestrutura e Instalações, além dos recursos materiais são adequados à demanda do Anunciante, mas não expôs na proposta qual seria a estrutura a ser colocada à disposição do Anunciante em Palmas-TO.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): Apresentou de forma aceitável a maneira como será a operacionalização e o atendimento das demandas, mas a proposta se demonstrou confusa quando citou que colocaria uma segunda equipe à disposição do Governo do Tocantins, dando a entender que esta segunda equipe que ficaria para atender o Anunciante e não a equipe listada na sua proposta.	1,8
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): O conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Governo do Estado se demonstrou adequado.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,7

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): Expôs de maneira criativa e pertinente quando se propôs em resolver os problemas apontados no resumo textual de cada peça, mas em alguns trabalhos não fala sobre o problema de comunicação.	1,8

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Demonstrou qualidade na execução das peças.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A proposta foi clara com as informações apresentadas.	2,0
Total c) Repertório	5,8

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Foi devidamente demonstrado o planejamento publicitário.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Discorreu de forma pertinente sobre os problemas e as soluções apresentadas.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Apresentou resultados relevantes a partir da campanha que se propôs a fazer.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Demonstrou adequadamente as informações da campanha e a defesa do partido temático.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da Proposta = 25,5 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): A licitante apresentou poucos clientes, mas de diferentes meios de atuação.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Profissionais apresentados com certa experiência de mercado publicitário	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): As instalações, infraestrutura e recursos materiais expostos na proposta são 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): 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): A licitante demonstra colocar à disposição um bom mix de informações de marketing e comunicação, de pesquisa e controles de mídia relevantes à execução do contrato.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,5

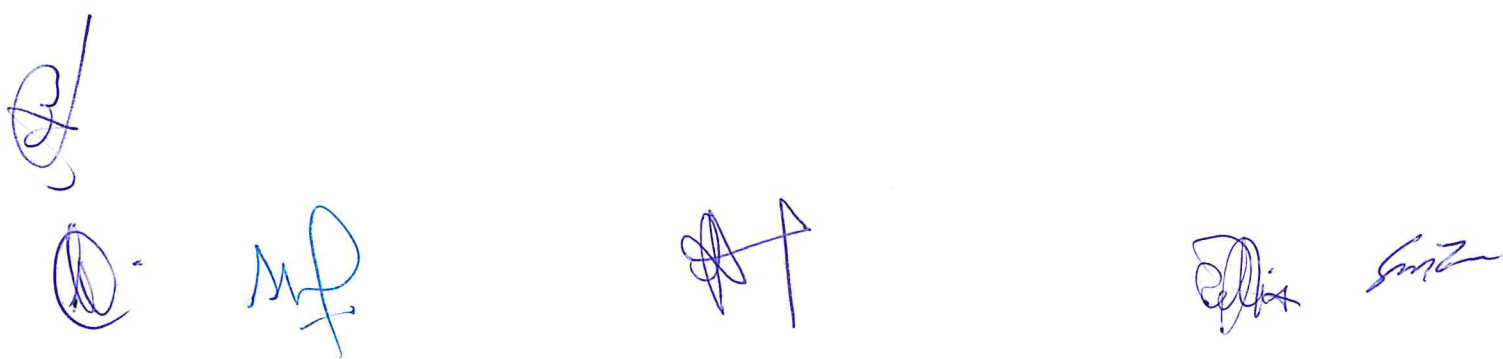
c) Repertório (pontuação máxima: 06 pontos)

	Pontuação
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (de 0 a 02 pontos): Apresentou uma série de peças para diversos clientes com ideias criativas para suprimir os problemas a que se propôs a resolver.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas são aceitáveis, porém o acabamento é muito simples.	1,5
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Ideias apresentadas são de fácil compreensão.	2,0
Total c) Repertório	5,5

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Demonstrou os planejamentos publicitários nos relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Apresentou consistência na relação entre os problemas apresentados e as devidas soluções.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados se mostraram relevantes e efetivos somente para o relato do cliente Cartório Moromizato.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Expôs de forma articulada uma cadeia de ideias até chegar aos resultados finais.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	7,0

Nota total da **Proposta 22 = 24,0 pontos**

The bottom of the page features several handwritten signatures in blue ink. From left to right, there is a large, stylized signature, a smaller signature, a signature that appears to be 'MF', a signature with a large 'A' or similar character, and two more signatures on the far right, one of which is partially cut off.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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 um bom número de clientes de grande porte e de diversos segmentos, inclusive do setor público.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Relação pertinente de profissionais, mas com poucas informações quanto a experiência destes.	1,9
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): Quantidade e qualidade de profissionais 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): O que foi apresentado neste item atendeu adequadamente à execução do contrato, mas não descreve como será a estrutura que colocará à disposição no Tocantins caso se consagre vencedora deste certame.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): A operacionalidade atende às demandas do Governo do Estado	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
Total b) Capacidade de Atendimento	11,8

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 criativas apresentam pertinência aos problemas propostos, mas não evidenciam os problemas a que se propôs em resolver em algumas peças.	1,9
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Peças de boa qualidade e com bons acabamentos.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Demonstrou clareza na exposição das informações.	2,0
Total c) Repertório	5,9

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

[Handwritten signature in blue ink]

[Handwritten signature in blue ink]

[Handwritten signature in blue ink]

[Handwritten signature in blue ink]

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

a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):	Pontuação
Planejamentos publicitários satisfatórios, mas um fato negativo, foi a apresentação da peça VT 30" da campanha MAIO AMARELO, que também foi apresentada como exemplo no repertório.	1,7
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):	2,0
Demonstra consistência entre os problemas e as soluções apresentadas.	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):	0,0
Não demonstrou, mesmo que de forma sucinta, quais foram os resultados obtidos nos dois relatos apresentados.	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):	1,0
Demonstra ter competência em articular as ideias em torno do que se propôs apresentar, mas falhou na exposição dos resultados alcançados	
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	4,7

Nota total da Proposta= **22,4 pontos**



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: NEW / W 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 uma relação de clientes de diversos segmentos e portes variados, mas nenhum do setor público.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Apresentou profissionais em diversas áreas de atuação atendendo a todas solicitações do edital e com experiência necessária.	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): Apresenta instalações de forma textual, aparentando uma boa estrutura física, mas poderia ter representado em fotos, mesmo não sendo exigido em edital, o que poderia enriquecer a sua apresentação. Não ficou claro como são feitos os atendimentos aos clientes de todos os estados mencionados a partir da estrutura da sede. Também não apresenta como seria a estrutura no Tocantins caso ganhasse este certame.	1,6
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. Disponibilizará um pós venda, o que é relevante.	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
Total b) Capacidade de Atendimento	11,1

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): Expôs de maneira pertinente quando se propôs em resolver os problemas apontados no resumo textual de cada peça.	2,0

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):	2,0
A maior parte das peças se mostraram com boa qualidade.	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):	2,0
Atende a este item de forma satisfatória.	
Total c) Repertório	6,0

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):	2,0
O planejamento publicitário foi demonstrado satisfatoriamente.	
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):	2,0
As soluções aos problemas são consistentes.	
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):	2,0
Resultados apresentados atenderam corretamente.	
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):	2,0
Demonstrou lógica na exposição dos cases.	
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da **Proposta 18 = 25,1 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: PUBLIC COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA – 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 uma vasta relação de clientes de bom porte e tradição e de diversos seguimentos. Citou como cliente o Governo do Estado do Tocantins, todavia esse contrato não está mais vigente.	1,90
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Apresentou diversos profissionais e com experiências 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): As qualificações expostas na proposta 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): Descreveu satisfatoriamente quanto as instalações, infraestrutura e todos os recursos que serão colocados à disposição do Anunciante.	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 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): Colocará à disposição da licitante um conjunto de informações de marketing e comunicação satisfatório e condizentes ao que se espera da vencedora do certame.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,9

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 licitante apresentou de forma pertinente as ideias criativas e seus respectivos problemas a que se propôs em resolver, exceto pela descrição da Easy Credit, onde não discorreu claramente do problema e sim do objetivo.	1,9
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Peças apresentadas com boa qualidade e finalização.	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
Total c) Repertório	5,9

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 planejamentos publicitários ficaram evidentes nos relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atendeu de maneira satisfatória quando faz uma relação entre os problemas e as soluções propostas.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Apresentou os resultados adequadamente conforme pede o item.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Apresentou ter a competência na articulação e nas ideias em torno do que se propôs.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da Proposta = **25,8 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): A Licitante apresentou clientes com bom porte e de diferentes estruturas e segmentos, o que atende as expectativas do Anunciante, mas nenhum do setor público.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Profissionais com vasta 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): 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): Infraestrutura e instalações adequadas à execução do contrato. Inclusive até demonstrando como será disponibilizada estrutura em Palmas, caso vença este certame.	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 atendem à demanda 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): Conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Anunciante é adequado.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	12,0

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 apresentadas se mostraram criativas e com ótima pertinência para cada um dos clientes, inclusive mostrando os problemas que se propôs a resolver em cada um dos repertórios.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Boa qualidade demonstrada nas peças apresentadas.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As peças apresentadas demonstram clareza na exposição das informações, atendendo o que é solicitado.	2,0
Total c) Repertório	6,0

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 planejamentos publicitários são vistos com facilidade nos relatos apresentados.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atendeu de maneira consistente mencionando os problemas e as soluções criadas.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Resultados relevantes apresentados para cada um dos relatos	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Demonstrou adequadamente a forma de articular e projetar as informações das campanhas e defesas dos partidos temáticos.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da Proposta = 25,5 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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 um bom leque de clientes, da área pública e privada.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Profissionais com boa experiência de 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): Qualificações e quantificações adequadas 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): Instalações, infraestrutura e recursos 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): Apresentou prazos adequados ao atendimento das demandas.	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 um mix de informações de marketing e comunicação, de pesquisa e controles de mídia relevantes que colocará à disposição do contrato.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	12,0

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 e satisfatórias. Alguns cases poderiam discorrer melhor quais eram os problemas a serem resolvidos, como por exemplo a peça cartaz do Sebrae.	1,9
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): A qualidade das peças apresenta bom nível técnico de produção	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Ideias apresentadas simples e claras, exceto quando não conseguem expor os problemas, conforme mencionado anteriormente.	1,9
Total c) Repertório	5,8

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 planejamentos publicitários estão evidentes nos relatos apresentados.	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. Só fica um pouco difícil de entender 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): Resultados apresentados não são expostos com dados, conforme citado anteriormente.	1,2
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A licitante consegue articular as informações apresentadas, mas não conseguir atribuir resultados conforme citado anteriormente.	1,2
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5,6

Nota total da **Proposta** = **23,4 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): Apresentou uma relação de clientes e nenhum deles sendo Governo. O cliente mais antigo é de 2019.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Apresenta um bom rol de profissionais, para a execução de suas atividades.	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 desses profissionais se mostram adequadas.	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 apresentada é adequada às necessidades. Todavia, não menciona como será a estrutura colocada à disposição em Palmas, se a licitante vencer este certame.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): Apresentou prazos adequados ao atendimento das demandas.	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): Apresenta informações adequadas que colocará à disposição do Anunciante, mas deixou de mencionar como será o controle de mídia.	1,5
Total b) Capacidade de Atendimento	10,9

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): Apresentou um mix diversificado de peças, mas não expôs o problema que se propôs a resolver da maioria das peças, mesmo que de forma sucinta. Na peça Midia Kit do cliente Teresina FM é descrita como sendo de e-mail mkt e Whatsapp, mas apresenta impressa.	0,8
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Peças bem acabadas, mas algumas se mostraram com uma ideia criativa e desenvolvimento muito simples.	1,8

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):	
As ideias apresentadas ficaram claras, mas por não expor diretamente os problemas a serem abordados acaba que se torna a exposição superficial	1,0
Total c) Repertório	3,6

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos):	
Por não apresentar de forma clara o problema e seus resultados obtidos no relato da Fortes Tecnologia, o planejamento publicitário se mostra frágil. Já o relato da Blackout se apresenta melhor e de fácil visualização do planejamento publicitário.	1,5
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):	
No case da Fortes Tecnologia deixou de discorrer, com detalhes, qual o real problema que se propôs a resolver.	1,2
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):	
Apresentou texto, mas que não demonstra de forma clara os resultados obtidos e consequente relevância no case da Fortes Tecnologia.	1,2
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):	
No relato do cliente Blackout há uma ligação lógica com o que a licitante apresentou, mas há uma fragilidade no relato da Fortes Tecnologia por não conseguir expor com riqueza de detalhes o que se pede no edital.	1,2
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5,1

Nota total da **Proposta = 19,6 pontos**






CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

AGÊNCIA/LICITANTE: VIEW 360 PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO INTEGRADA 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): Expôs uma boa relação de clientes com porte grande e diferentes áreas de atuação e também de regiões diferentes.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Foram apresentados os profissionais com boa experiência no mercado publicitário.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): Qualificações e quantificações são adequadas às necessidades do Governo do Estado.	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, Infraestrutura e recursos materiais adequados à execução do contrato. Interessante que mostra as instalações da sede e das filiais. Poderia ter apresentado como seria a estrutura que seria montada em Palmas, caso se consagrasse vencedora do certame.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): Apresentou de forma clara e detalhada como se darão prazos ao atendimento das demandas.	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): O conjunto de informações e pesquisas que colocará à disposição do Governo do estado se mostrou adequado.	2,0
Total b) Capacidade de Atendimento	11,9

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): Expôs de maneira criativa e pertinente quando se propôs em resolver os problemas apontados no resumo textual de cada peça.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Demonstrou qualidade na execução das peças.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): As informações foram de fácil compreensão.	2,0
Total c) Repertório	6,0

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 planejamentos publicitários ficaram evidentes.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Não explica de forma clara dados que indiquem o sucesso das campanhas.	1,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Citou que os resultados foram positivos a partir dos projetos apresentados, mas não demonstra como foi possível a aferição desses resultados.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Foi boa a maneira como a licitante articulou e apresentou as informações, mas não demonstrou clareza acerca dos dados e resultados	1,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5,0

Nota total da **Proposta** = **22,9 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: WHILKER SANTANA WANDERLEY

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): A Licitante demonstrou possuir clientes com bom porte e em segmentos variados.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Descreveu adequadamente a experiência dos profissionais do seu quadro, mas não conseguiu demonstrar a experiência do profissional de RTVC.	1,8
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): Qualidade e quantidade de profissionais atendem às necessidades do cliente.	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): Demonstrou que possui meios para atender o Contratante em suas expectativas de maneira satisfatória.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): A operacionalidade atende às demandas do Governo do Estado.	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
Total b) Capacidade de Atendimento	11,8

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 se mostraram criativas e pertinentes aos problemas descritos.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Peças de boa qualidade e com bons acabamentos.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Peças expostas com clareza de informações.	2,0
Total c) Repertório	6,0

3/

W

MP

WHA

WHA

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

	Pontuação
a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Planejamentos publicitários satisfatórios.	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 mostraram relevantes.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Demonstra ter competência em articular as ideias em torno do que se propôs apresentar.	2,0
Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0

Nota total da Proposta = 25,8 pontos