

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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 agência mostrou uma carteira com vários e bons clientes de vários segmentos.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com experiência aceitável, mas é superficial nas informações apresentadas.	1,9
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Na equipe da agência, faltam profissionais nas áreas de produção gráfica e internet.	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):  Apresenta estrutura adequada, mas não cita como será a estrutura e se existirá uma unidade da agência em Palmas.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende 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 e pertinente.	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):  Ideias apresentadas de forma satisfatória.	2,0

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):	2,0
Bom conjunto de peças apresentadas, com qualidade e bom acabamento.	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):	2,0
A agência expõe de forma clara.	
<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):  Propôs um planejamento publicitário correto, mas a agência utiliza o mesmo relato neste e no item C REPERTÓRIO para mostrar seu case. Sobre a campanha realizada para o cliente Cristal Engenharia, o resultado não foi apresentado.	1,5
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Não oferece elementos suficientes para que seja possível um entendimento sobre os resultados apresentados.	1,4
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Não oferece elementos suficientes para que seja possível um entendimento sobre o resultado do Relato 1.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  As campanhas apresentam lógica em suas exposições, com exceção da falta de dados, conforme mencionado anteriormente.	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>4,9</b>

Nota total da Proposta = 22,2 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como a Prefeitura de Manaus, Tribunal de Justiça do Tocantins e SEBRAE-TO apresentam porte e tradição significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Foram utilizadas informações superficiais para descrever a experiência de alguns profissionais.	1,8
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Profissionais qualificados para a estratégia de comunicação publicitária.	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 uma boa estrutura.	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.	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 este item adequadamente.	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 bem elaboradas.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  As peças apresentadas trazem uma abordagem criativa e com qualidade.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada e atende bem este 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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atende a este item.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Oferece elementos que tornam possível o entendimento sobre os resultados apresentados.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): As campanhas apresentam lógica em suas exposições.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como o SENAI indicam porte e tradição significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com experiência na área.	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):  Apresenta uma boa estrutura, mas não cita como será a estrutura e se existirá uma unidade da agência 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 agência menciona uma equipe na apresentação da empresa, mas diz em outra citação que irá colocar uma outra equipe à disposição do Governo do Tocantins. Assim, não fica claro quais serão os profissionais que irão atender o governo.	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):  Atende ao item.	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):  Ideias bem elaboradas, mas em alguns trabalhos não fica claro qual foi o problema de comunicação a ser solucionado.	1,8

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Bom conjunto de peças apresentadas, com qualidade.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe as informações de forma clara.	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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atende este item perfeitamente.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): A agência apresenta resultados baseados em dados das redes sociais e números relacionados ao aumento da arrecadação do IPTU, na cidade em que a campanha foi realizada. As informações indicam bons resultados.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A exposição demonstra lógica.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da Proposta = 25,4 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Apresenta várias prefeituras como clientes, além do SENAR-TO e FAET-TO. Demonstram assim porte e tradição.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com experiência na área.	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):  Apresenta uma boa estrutura e instalações.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende este item 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):  Atende a este item.	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):  As ideias criativas são pertinentes aos problemas.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):	2,0

Boa qualidade apresentada.	
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):	
As exposições são feitas de forma clara.	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):	
Houve um bom planejamento.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):	
Atende este item de forma satisfatória.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):	
A agência apresentou resultados relevantes.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):	
Ideias defendidas com clareza e coerência.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da Proposta = 26,0 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como, TCE-TO, Prefeitura de Araguaína e SEBRAE-PI indicam porte e tradição significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais capacitados e experientes.	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 qualificados para a estratégia de comunicação publicitária.	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 uma boa estrutura.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende 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):  Item atendido perfeitamente.	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):  Ideias bem elaboradas, mas em alguns trabalhos não fica claro qual foi o problema de comunicação a ser solucionado.	1,9
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Bom conjunto de peças apresentadas, com boa qualidade.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada. Mas faltam dados sobre os problemas de comunicação em parte dos trabalhos apresentados.	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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atende este item adequadamente.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Informa duas situações: uma em que cita apenas o aumento numérico e na outra informa apenas um movimento maior em suas redes sociais.	1,5
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): As campanhas apresentam lógica em suas exposições.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>7,5</b>

Nota total da **Proposta** = **24,9 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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): Não atende nenhum governo, instituições públicas ou entidades de classe.	1,8
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos): Agência conta com uma equipe reduzida e pouca experiência de mercado.	1,7
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos): Ao analisar os currículos dos profissionais da agência, percebe-se que as áreas de produção gráfica e mídia serão supridas por um profissional que também está ligado a outras empresas, deixando dúvida sobre o vínculo do mesmo com a Agência AMPLIA, o que pode comprometer os trabalhos em relação ao Anunciante.	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): A agência apresentou uma infraestrutura reduzida e citou poucas informações.	1,2
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos): As informações são sucintas. Poderia ter detalhado e apresentado melhor a sistemática de atendimento e a operacionalidade entre a agência e o cliente.	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): A auditoria de circulação e controle de mídia não foi contemplada pela agência. Os demais itens são citados se forma sucinta.	1,2
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>8,7</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): Ideias bem elaboradas, mas em alguns trabalhos não fica claro qual foi o problema de comunicação a ser solucionado, como por exemplo no VT Rodrigo da Silveira Vídeo de Apresentação.	1,8

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  São de boa qualidade e acabamento, mas na peça Montanini, as fotos utilizadas no panfleto, post e outdoor, são de baixa qualidade.	1,8
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Em alguns casos, não apresenta clareza, como nos problemas.	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):  Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Apresenta consistência.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  No caso 2: em relação aos resultados só fala que "ao final do primeiro mês da campanha, a estratégia já apresentava bons resultados, gerando um número considerável de agendamentos". Não apresentando consistência neste quesito.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Falta lógica na exposição do Caso 2.	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>6,0</b>

Nota total da **Proposta** = **20,1 pontos**

Handwritten signatures in blue ink, including a large stylized signature on the left, a signature with a circled 'A' 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: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Os clientes apresentam porte e produtos significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais capacitados.	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 ser qualificada para atender ao 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 uma boa estrutura, mas não cita como será a estrutura e se existirá uma unidade da agência em Palmas.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende 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):  Atende ao item, mas não dá detalhes sobre a forma de controle de mídia a ser realizada.	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):  Ideias criativas e bem elaboradas.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  A qualidade e acabamento das peças atendem a este item.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada.	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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atende este item de forma adequada.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): A agência apresenta resultados baseados em pesquisas que indicam bons números e campanhas eficientes.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): As exposições apresentam lógica.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Os clientes apresentados indicam porte e tradição significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Apresenta profissionais capacitados e experientes.	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 qualificados para a estratégia de comunicação publicitária.	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 informa quanto a estrutura disponível em Palmas, mas apresenta uma boa estrutura.	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.	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 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):  Ideias apresentadas são bem elaboradas.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Bom conjunto de peças apresentadas, com boa qualidade.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada e com clareza as 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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Apresenta consistência nas informações.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Não pôde ser percebido o resultado nos relatos.	0,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A lógica total ficou comprometidas nas exposições, pelos motivos citados anteriormente.	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>5,0</b>

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

AGÊNCIA/LICITANTE: PROPAGANDA DESIGUAL LTDA.

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

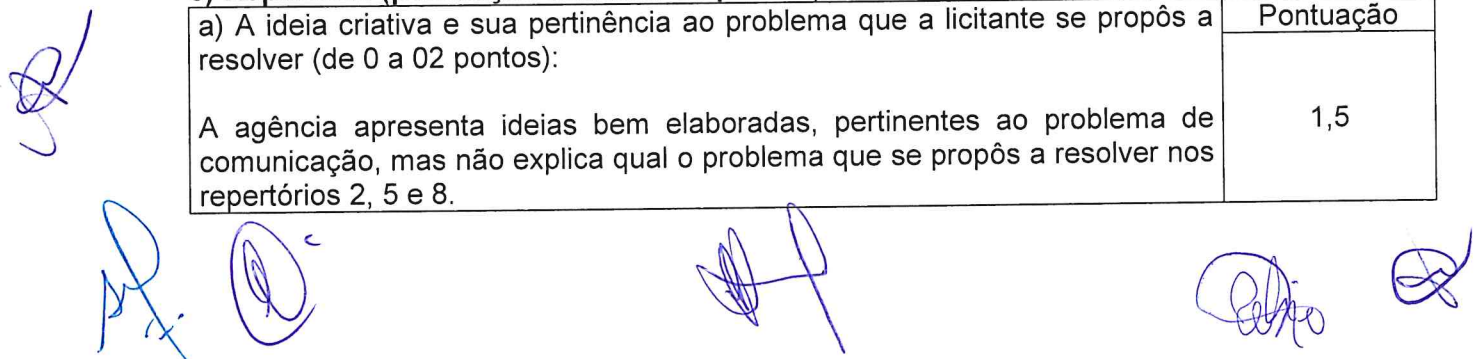
ITEM 7.3.1

**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):  Clientes como, Governo de Goiás, Assembleia de Goiás e Prefeitura de Aparecida, demonstram porte e tradição significativos no mercado. Um equívoco foi a apresentação do Governo do Tocantins como um de seus clientes atuais, uma vez que o contrato já não está mais vigente.	1,9
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Apresenta profissionais capacitados.	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 informações da equipe da agência indicam a qualificação dos profissionais.	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 boa estrutura e instalações.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende 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):  Atende este item adequadamente.	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 agência apresenta ideias bem elaboradas, pertinentes ao problema de comunicação, mas não explica qual o problema que se propôs a resolver nos repertórios 2, 5 e 8.	1,5



b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Bom conjunto de peças apresentadas, com qualidade.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe suas ideias, mas falta clareza ao não mencionar os problemas dos 3 casos, citados acima.	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): Propôs um planejamento publicitário adequado.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Não oferece elementos suficientes para que seja possível um entendimento sobre os resultados apresentados no Relato 2.	1,5
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Em apenas um dos relatos o resultado é claro e apresentado com números: Relato 1. E como mencionado anteriormente o Relato 2 não apresentou elementos suficientes para compreender o resultado.	1,5
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A exposição demonstra lógica.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>7,0</b>

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como o Governo de Roraima e Assembleia Legislativa de Roraima indicam porte e tradição significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com experiência na área.	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, exceto no caso do profissional da área RTVC que não fica claro, quem é.	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):  Apresenta uma boa estrutura.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  A operacionalidade apresentada pela agência está adequada às necessidades do Governo do Tocantins.	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 os itens satisfatoriamente.	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 DIA DO TRABALHO, a agência não cita qual o problema de comunicação.	1,5



b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Bom conjunto de peças apresentadas.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): No geral, a agência expõe suas ideias de forma clara, com exceção da peça DIA DO TRABALHO.	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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atende este item satisfatoriamente.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Atende este item satisfatoriamente.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A exposição demonstra lógica.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da Proposta = 24,5 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como: Governo do Piauí apresentam um porte e produtos significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais capacitados, mas não trazem as experiências profissionais no currículo.	1,9
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Na equipe da agência, faltam profissionais da área de cinema e produção gráfica.	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 boa estrutura, mas não cita como será a estrutura e se existirá uma unidade da agência 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 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 os itens, mas não dá detalhes sobre a forma de controle de mídia a ser realizada.	1,2
<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):  Ideias bem elaboradas, mas em alguns trabalhos não fica claro qual foi o problema de comunicação a ser solucionado.	1,8

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Bom conjunto de peças apresentadas, com qualidade e bom acabamento.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada, mas faltam dados sobre os problemas de comunicação, sendo sucinta nas informações.	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): Propôs um planejamento publicitário correto, mas faltam elementos para uma avaliação mais precisa.	1,9
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): A partir do que demonstrou nas peças, apresenta pouca consistência, levando em consideração o impacto gerado nos resultados.	1,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Não oferece elementos suficientes para que seja possível um entendimento sobre os resultados apresentados.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A exposição demonstra lógica, mesmo sem elementos que garantam um entendimento sobre os resultados obtidos nas campanhas.	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>4,9</b>

Nota total da **Proposta** = **21,2 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

AGÊNCIA/LICITANTE: AGE COMUNICAÇÃO LTDA.

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

ITEM 7.3.1

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

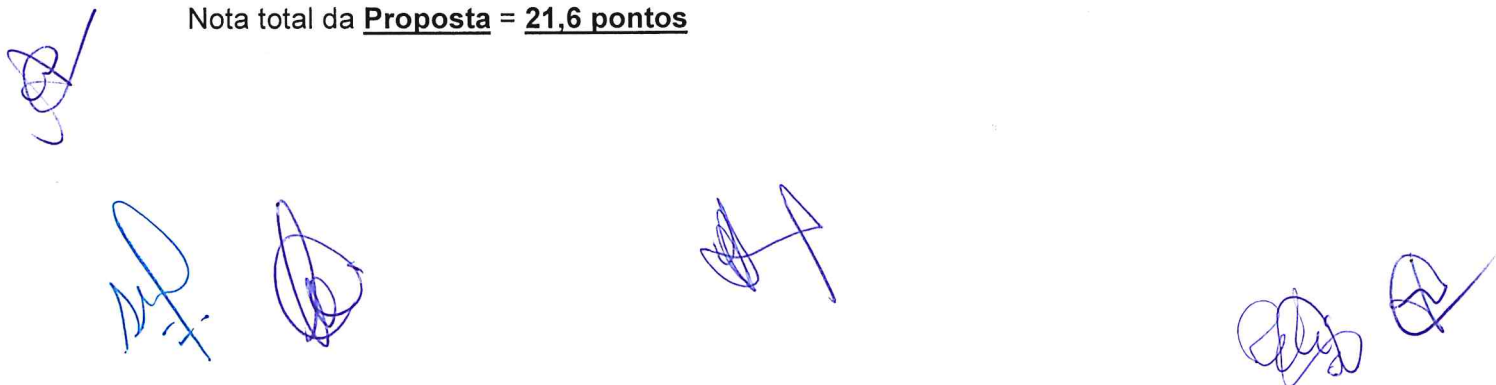
	Pontuação
a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (de 0 a 02 pontos):  Apresentou poucos clientes: a Assembleia Legislativa do Tocantins e a Secretaria da Cultura, por meio do Banco Mundial.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com pouca experiência de mercado, como os responsáveis pelo atendimento, internet e redes sociais.	1,8
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  A equipe da agência apresenta qualificação, mas possui poucos profissionais para as funções. No caso específico da profissional Daniella Roberta Flores da Costa, não fica claro em qual área ela atua, pois no título de sua qualificação aparece: ATENDIMENTO, REDAÇÃO, PRODUÇÃO DE RÁDIO, TV E CINEMA, mas em seu currículo resumido, é colocado: "Desde então (março de 2019) faz parte da equipe de criação e redação da Agência Age".	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):  Apresenta bons recursos materiais, mas não dá detalhes sobre a infraestrutura e instalações da agência.	1,8
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Levando em consideração a equipe reduzida, a informação de que a agência entrega uma campanha em apenas um dia, gera dúvidas quanto a qualidade das peças e conceito.	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.	2,0
<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):  Ideias bem elaboradas, mas em alguns trabalhos, como na peça VT 2019, para a Assembleia e VT da campanha Jornalista, não é discorrido de forma direta quais foram os problemas de comunicação a ser solucionados.	1,8
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os materiais apresentados atendem este item.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Não houve clareza sobre o problema de comunicação da campanha de final de ano da Assembleia, no ano de 2019, e da campanha Jornalista. Na campanha Posse Assembleia não houve clareza nas informações, pois não é possível entender se o problema citado foi relacionado à produção do evento ou para o desenvolvimento do documentário da peça publicitária em questão.	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):  Propôs um planejamento publicitário correto para o desenvolvimento das campanhas apresentadas.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Não existe relação de causa e efeito entre o problema e a solução no relato da Campanha 1 (Opera Tocantins), já que o resultado não foi compreendido.	1,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Oferece elementos insuficientes para que seja possível um entendimento sobre os resultados apresentados, na Campanha 1 (Opera Tocantins). Na campanha Salve Vidas, cita a diminuição dos casos de covid, mas não apresenta números.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  No relato da Campanha 1 (Opera Tocantins) a agência apresenta o resultado do Programa do Governo como se fosse o resultado da campanha realizada. Haja visto que, o número de cirurgias realizadas não tem relação com a campanha publicitária realizada, pois as cirurgias não estavam sendo realizadas por falta de uma divulgação adequada e sim por falta de recursos materiais e humanos nos hospitais.	1,5
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>5,5</b>

Nota total da **Proposta** = **21,6 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTA TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como o Governo de Alagoas e Sesi apresentam um porte e produtos significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais capacitados, conforme experiências profissionais apresentadas no currículo.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Na equipe da agência, faltam profissionais das áreas de cinema, rádio e TV.	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 apresentadas, a agência demonstra não ter uma estrutura adequada para atender as demandas do Governo do Tocantins.	0,5
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende ao item, mas poderia discorrer e explicar melhor como se daria a operacionalidade do relacionamento.	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):  Atende os itens se disponibilizando a fornecer as informações solicitadas.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>9,9</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):  Ideias bem elaboradas, mas em alguns trabalhos não fica claro qual foi o problema de comunicação a ser solucionado.	1,8

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Bom conjunto de peças apresentadas, com simplicidade e acabamentos adequados.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada, mas faltam dados sobre os problemas de comunicação.	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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Não apresenta os resultados na campanha relacionada ao turismo, apenas na primeira campanha, da dengue, com resultados relevantes.	1,5
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Atende parcialmente este item, pois não há como fazer uma análise com o que foi relatado no case da campanha de turismo.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Atende esse item.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>6,5</b>

Nota total da Proposta = 22,0 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  A agência apresenta clientes com porte e produtos significativos no mercado, dentre eles: Governo de Goiás, Prefeitura de Aparecida (GO) e AMBEV.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais capacitados.	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 ser qualificada.	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):  Faltam informações sobre a estrutura de atendimento a ser instalada em Palmas, nas demais questões, apresenta uma boa estrutura.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende este item 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):  A agência se compromete a atender e prestar todas as informações referentes a este item.	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):  Ideias bem elaboradas.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  A qualidade e acabamento das peças atendem este item.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada e clara.	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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atende este item.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): A agência apresenta resultados baseados em dados reais que possibilitam uma fácil constatação.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): As exposições apresentam lógica.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da Proposta = 25.9 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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 agência cita clientes com porte e tradição, como prefeituras e privados.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com experiência adequada.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Os profissionais são qualificados às demandas do Governo do Tocantins, na área de comunicação publicitária.	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 uma boa estrutura. Como a agência é do Pará, não cita se haverá um escritório no Tocantins.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  A proposta apresentada é 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):  Apresentou boa capacidade para oferecer: pesquisas, informações e controle 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):  Em algumas peças como as das campanhas Webcard (Outdoor), o problema foi apresentado de forma que não foi possível identifica-los.	1,5

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Bom conjunto de peças apresentadas. Mas na peça Outdoor, produzida para o cliente HD Produções, as informações são incompatíveis com a linguagem do meio, pois o excesso de informações inviabiliza a leitura de quem passa pelo local em um veículo automotor.	1,8
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Não diz em quais veículos foram divulgadas as mídias das campanhas produzidas para os clientes: Colégio Conexão, Webcard (Outdoor) e HD Produções.	1,5
<b>Total c) Repertório</b>	<b>4,8</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):  Atende adequadamente este item.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Existe causa e efeito entre problema e solução.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  A agência conseguiu atingir bons resultados com os trabalhos realizados.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Existe certa lógica, mas a campanha da Escola Girassol, apresenta informações que não são possíveis de serem comprovadas, como o desafio de informar a comunidade sobre o programa que concede 50% de desconto para os alunos com bom desempenho.	1,9
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>7,9</b>

Nota total da Proposta = 24,6 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 PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Apresenta poucos clientes com porte significativo no mercado.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com currículo adequado.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Atende 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 agência possui instalações e infraestrutura em Palmas, adequadas às demandas do Governo do Tocantins.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende 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):  Atendeu este item.	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):  Ideias bem elaboradas, com simplicidade.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Bom conjunto de peças apresentadas, porém com acabamentos simples que deixaram a desejar.	1,5

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada, sendo sucinta nas informações.	2,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>5,5</b>

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

a) A evidência de planejamento publicitário (de 0 a 02 pontos): Propôs planejamento publicitário correto.	Pontuação 2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): A agência expõe boa relação entre causa e efeito.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados são adequados apenas em uma das campanhas, pois na outra não é possível comprovar os resultados.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Atende este item.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>7,0</b>

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como: Governo do Amazonas, apresentam porte e tradição significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Apresenta profissionais capacitados e experientes.	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 profissionais qualificados para a estratégia de comunicação publicitária.	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 e infraestrutura adequada.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende este item 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):  Atende este item 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):  Ideias bem elaboradas, mas em alguns trabalhos não fica claro qual foi o problema de comunicação a ser solucionado, como por exemplo na peça cartaz do SEBRAE.	1,9

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Bom conjunto de peças apresentadas, com abordagem criativa e de qualidade.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada. Mas faltam dados sobre os problemas de comunicação, na maior parte dos trabalhos apresentados.	1,9
<b>Total c) Repertório</b>	<b>5,8</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
Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): A agência não oferece elementos suficientes para que seja possível constatar a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Apresenta poucos elementos para que seja possível um entendimento sobre os resultados apresentados.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): As campanhas apresentam lógica em suas exposições, mas não consegue apresentar os resultados.	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>5,0</b>

Nota total da Proposta = 22,8 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como: governos de Roraima, Amazonas e Maranhão apresentam porte e tradição significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais capacitados.	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 informações da equipe da agência indicam a qualificação dos profissionais.	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 apresenta 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):  Atende este item 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 adequada.	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 agência apresenta ideias bem elaboradas, pertinentes ao problema de comunicação.	2,0

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Conjunto de peças apresentadas com qualidade.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada.	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): Propôs planejamento adequado.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Não oferece elementos suficientes para que seja possível um entendimento sobre os resultados apresentados.	1,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados apresentados são citados de forma empírica, sem dados que embasem as afirmações.	1,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A exposição demonstra lógica, mas não apresenta elementos para um entendimento sobre os resultados obtidos nas campanhas.	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>5,0</b>

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

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

**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):  Apresenta poucos clientes e de pequeno e médio porte.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Apresenta profissionais com experiência na área.	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 demonstra 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):  Apresenta uma boa estrutura, mas não cita como será a estrutura e se existirá uma unidade da agência em Palmas.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende 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):  Atende os itens, mas não dá detalhes sobre a forma de controle de mídia a ser realizada.	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):  Não expõe qual problema a agência solucionou em quase todo o material apresentado.	1,0

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Boa qualidade, mas os vídeos são simples e sem um acabamento que demonstre uma qualidade de alto padrão.	1,8
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Faltam informações sobre os problemas de comunicação, sendo sucinta em seus conteúdos.	1,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>3,8</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):  Em apenas uma das campanhas apresentadas houve um bom planejamento.	1,2
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  A agência não explica o problema enfrentado na campanha da Fortes Tecnologia e não consegue demonstrar qual o resultado obtido. Na outra campanha, o item foi atendido.	1,2
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  A agência consegue bons resultados na campanha da Blackout, mas o mesmo não acontece no relato da Fortes Tecnologia.	1,2
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Ideias defendidas com clareza e coerência no relato da campanha 2, diferente da primeira.	1,2
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>4,8</b>

Nota total da Proposta = 19,5 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes atuantes em várias áreas que demonstram porte e tradição, mas nenhum dos seus clientes faz parte do setor público.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais capacitados.	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 qualificados.	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 uma boa estrutura e diz que, caso aprovada montará uma estrutura em Palmas para atender as demandas do Governo do Tocantins.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Atende o 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):  Atende o item adequadamente.	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):  As campanhas atenderam os problemas dos clientes.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Bom conjunto de peças apresentadas, com qualidade e bom acabamento.	2,0

c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): A agência expõe de forma adequada.	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): Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Apresenta de forma adequada a relação de causa e efeito entre problema e solução.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados dos dois cases apresentados são relevantes.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): A exposição demonstra lógica.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da Proposta = 25,5 pontos

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  Clientes como: Governo do Acre e Detran AM, indicam porte e tradição significativos no mercado.	2,0
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Alguns profissionais demonstraram ter pouca experiência de mercado publicitário.	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 qualificação dos profissionais demonstra 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):  Apresenta uma boa estrutura, mas não cita como será a estrutura e se existirá uma unidade da agência em Palmas.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Adequado, atendendo 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):  Adequado, atendendo este item.	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 bem elaboradas, mas em alguns trabalhos não fica claro qual foi o problema de comunicação a ser solucionado.	1,9

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos): Bom conjunto de peças apresentadas, com qualidade e acabamento adequados.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Atende este item de forma adequada.	2,0
<b>Total c) Repertório</b>	<b>5,9</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
A agência utiliza o mesmo relato apresentado no item "C REPERTÓRIO" para mostrar seu case, neste item: Maio Amarelo, com uma peça igual.	1,6
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atende este item adequadamente.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Nenhum resultado foi apresentado pela agência.	0,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Não atente satisfatoriamente este item, pois não foram apresentados os resultados das campanhas.	1,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>4,6</b>

Nota total da **Proposta** = **22,3 pontos**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

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):  A agência cita clientes com porte e tradição, mas comete um erro ao colocar o Governo do Tocantins como cliente atual, uma vez que, neste período não havia contrato vigente.	1,9
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Profissionais com experiência adequada.	2,0
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (de 0 a 02 pontos):  Os profissionais são qualificados às demandas do Governo do Tocantins na área de comunicação publicitária.	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 boa estrutura.	2,0
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Apresenta de forma satisfatória 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):  Atende este item de forma adequada.	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):  Não foi possível identificar o problema de comunicação da Easy Credit, diferente das demais campanhas que tiveram seus problemas encarados com criatividade.	1,9

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Bom conjunto de peças apresentadas, com abordagem criativa e de boa qualidade.	2,0
c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos):  Expõe as ideias de maneira clara.	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):  Propôs um planejamento publicitário correto.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos):  Atende este item.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos):  Apresentou resultados satisfatórios a partir da campanha que se propôs a fazer.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos):  Atende este item ao apresentar lógica em suas exposições.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022 – SECOM/TO

ANÁLISE INDIVIDUALIZADA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

MEMBRO: FERNANDO CÉSAR DE PAULA FERREIRA

AGÊNCIA/LICITANTE: NEW / W COMUNICAÇÃO LTDA.

JUSTIFICATIVAS E PONTUAÇÕES ATRIBUÍDAS:

ITEM 7.3

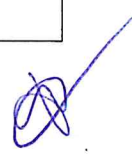



ITEM 7.3.1

**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 poucos clientes, mas com relevância no mercado, porém ressalvo que nenhum dos clientes fazem parte do setor público.	1,5
b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (de 0 a 02 pontos):  Apresenta 16 profissionais com 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):  Atende 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 informa como será o atendimento em Palmas, caso seja aprovado, se criará uma estrutura em Palmas ou não. As informações são sucintas.	1,9
e) A operacionalidade do relacionamento entre o ANUNCIANTE e a licitante, esquematizado na proposta (de 0 a 02 pontos):  Adequado ao que pede no edital.	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 este item de forma adequada.	2,0
<b>Total b) Capacidade de Atendimento</b>	<b>11,4</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 bem elaboradas.	2,0
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (de 0 a 02 pontos):  Os materiais apresentam boa qualidade.	2,0



c) A clareza da exposição das informações prestadas (de 0 a 02 pontos): Apresenta clareza em sua exposição.	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): Propôs um planejamento publicitário correto para o desenvolvimento das campanhas apresentadas.	2,0
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (de 0 a 02 pontos): Atende este item de forma adequada.	2,0
c) A relevância dos resultados apresentados (de 0 a 02 pontos): Os resultados foram relevantes.	2,0
d) A concatenação lógica da exposição (de 0 a 02 pontos): Existe lógica no que apresenta.	2,0
<b>Total d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>8,0</b>

Nota total da Proposta = 25,4 pontos