2ª ATA DA SESSÃO PÚBLICA PARA ABERTURA DOS ENVELOPES DE N.º 02 (VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO) E APRESENTAÇÃO DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS DA CONCORRÊNCIA Nº 03/2023 SENAC-DR/TO.

DATA DA ABERTURA: 23/03/2023 **HORAS: 09:00 HS**

Aos vinte e três dias do mês de março de 2023, às 09h00min, na sede do SENAC, situada na Quadra ACSUNO-10 (101 Norte), Avenida Teotônio Segurado, Lote 02, Edifício Fecomercio, 5º Andar, Plano Diretor Norte, CEP: 77.001-004, na cidade de Palmas, estado do Tocantins, reuniram-se os membros da Comissão Permanente de Licitação - CPL do SENAC designados pela Portaria "AR" SENAC N.º 080/2022, presidida pelo Sr. Nicodemos Barbosa Neto, e seus respectivos membros, Sra. Thayla Ádyla Aires Matos e a Sr. Wellington Gouveia Costa para realização da Sessão Pública de Licitação para dar continuidade a abertura dos envelopes de n.º 02 (**via identificada** do Plano de Comunicação) e apresentação do julgamento das propostas técnicas dos envelopes de n.º 01 (**via não identificada** do Plano de Comunicação) e de n.º 03 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) realizadas pela Subcomissão técnica em conformidade com o Edital da referida Concorrência Pública nº 03/2023 e seus anexos, cujo objeto é a **contratação de agência de propaganda para prestação de serviços para o Senac Tocantins.** Empresas participantes:

1 **CANNES PUBLICIDADE LTDA** – CNPJ: 01.542.307/0001-87. Representante: Ana Valéria Oliveira Teixeira. CPF: 230.886.213-00. ----------

2 **PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA** – CNPJ:06.170.766/0001-09. Representante: Paulo de Holanda da Silva CPF:476.560.501-91----------

3 **NAMASTÊ PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA** – CNPJ:49.496.976/0001-96. Representante: Thiago Braz Aphonsus de Oliveira. CPF:002.595.111-45 ----------

4 **PROPAGANDA DESIGUAL LTDA** – CNPJ: 13.033.901/0001-21. Representante: Ana Paula Tavares dos Santos. CPF: 012.416.361-09----------

5 **IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA** – CNPJ:41.929.946/0001-14. Representante: Zilmondes Ferreira Feitosa. CPF: 556.165.931-68----------

Dando sequência aos trabalhos, o Presidente da CPL apresentou aos presentes os envelopes de n.º 02 recebidos na sessão anterior, para que fosse atestada a lacração e a inviolabilidade dos invólucros. Na sequência procedeu-se com a abertura dos envelopes de n.º 02 (via identificada do Plano de Comunicação), posteriormente foi dado vista aos membros da comissão e aos representantes das empresas presentes para que fossem analisados e rubricados os conteúdos dos envelopes folha a folha.

Em seguida a CPL abriu os envelopes lacrados recebidos da Subcomissão técnica com as notas referentes aos envelopes n.º 01 e n.º 03 e o conteúdo dos envelopes de n.º 01 e fez o cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação para fins de identificação dos seus respectivos autores, registrando a pontuação total aferida aos atributos considerados no julgamento das propostas técnicas (envelopes n. 01 e 03) pela Subcomissão técnica, conforme quadro a seguir: ----------

QUESITO	PONTUAÇÃO				
	Cannes Publicidade Ltda.	**Public Propaganda e Marketing Ltda.**	**Namastê Publicidade e propaganda Ltda.**	**Propaganda Desigual Ltda.**	**Imagem única propaganda Ltda.**
Raciocínio básico	42	26	46	49	40
Estratégia de Comunicação Publicitária					
Ideia Criativa					
Estratégia de Mídia e não Mídia					
Capacidade de Atendimento	30	30	30	30	30
Repertório					
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação					
PONTUAÇÃO GERAL	**72**	**56**	**76**	**79**	**70**

Em seguida foi dada a palavra aos representantes para se manifestarem sobre o conteúdo dos envelopes n.º 02 e notas técnicas, não havendo manifestações, o presidente da CPL informou aos presentes que após finalizar o prazo para recurso, de 05 (cinco) dias úteis, previsto no Art. 22 da Resolução SENAC n.º 958/2012, as licitantes serão convocadas para a próxima sessão para abertura dos envelopes de n.º 04 (Proposta de Preço), a ser divulgada através do sitio www.to.senac.br/licitacoes. Não havendo mais nada a tratar, foi dada como encerrada a sessão pelo Presidente da CPL.

Nicodemos Barbosa Neto
Presidente da Comissão

Thayla Ádyla Aires Matos
Membro da Comissão

Wellington Gouveia Costa
Membro da Comissão

1. **CANNES PUBLICIDADE LTDA** – CNPJ: 01.542.307/0001-87. Representante: Ana Valéria Oliveira Teixeira. CPF: 230.886.213-00.
---

2. **PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA** – CNPJ:06.170.766/0001-09. Representante: Paulo de Holanda da Silva CPF:476.560.501-91.
---

3. **NAMASTÊ PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA** – CNPJ:49.496.976/0001-96. Representante: Thiago Braz Aphonsus de Oliveira. CPF:002.595.111-45.

---

4. **PROPAGANDA DESIGUAL LTDA** – CNPJ: 13.033.901/0001-21. Representante: Ana Paula Tavares dos Santos. CPF: 012.416.361-09.

---

5. **IMAGEM ÚNICA PROPAGANDA LTDA** – CNPJ:41.929.946/0001-14. Representante: Zilmondes Ferreira Feitosa. CPF: 556.165.931-68.

Envelope 1

CANNES

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01 - (PLANO DE COMUNICAÇÃO)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima	Justificativa
9.3.1	**Raciocinio básico - a acuidade de compreensão**	**10,00**	
9.3.1.1	Das funções e do papel do SENAC/TO no contexto social, político e econômico;	10,00 10,00	Companhia atende ao solicitado
9.3.1.2	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SENAC/TO com seu público;		
9.3.1.3	Das características do SENAC/TO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;		
9.3.1.4	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;		
9.3.1.5	Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo SENAC/TO;		
9.3.1.6	Das necessidades de comunicação do SENAC/TO para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).		
9.3.2	**Estratégia de comunicação publicitária**	**15,00**	
9.3.2.1	A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação do SENAC/TO e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;	15,00 14,00	A estratégia atende parcialmente ao solicitado
9.3.2.2	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;		
9.3.2.3	A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do SENAC/TO com seu público;		
9.3.2.4	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;		
9.3.2.5	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;		
9.3.2.6	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o SENAC/TO, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seu público, os resultados e metas por ele desejados e a verba disponível.		
9.3.3	**Ideia criativa**	**15,00**	
9.3.3.1	Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;	15,00 10,00	Faltou simplificar a ideia, faltou diversidade no uso das imagens e cuidado no uso das cores
9.3.3.2	Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;		
9.3.3.3	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo;		
9.3.3.4	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;		
9.3.3.5	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;		
9.3.3.6	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;		
9.3.3.7	Sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;		
9.3.3.8	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentado;		
9.3.3.9	A exequibilidade das peças e/ou do material;		
9.3.3.10	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e ao público proposto.		
9.3.4	**Estratégia de midia e não midia**	**10,00**	
9.3.4.1	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	10,00 8,00	Atende parcialmente
9.3.4.2	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;		
9.3.4.3	A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;		
9.3.4.4	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios das entidades licitadoras;		
9.3.4.5	A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;		
9.3.4.6	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.		
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01	**50,00**	

42,00

Lucia Cordeiro

Cristian Cardoso

Marina Bitar

Envelope 2

DESIGUAL

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01 - (PLANO DE COMUNICAÇÃO)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima	
9.3.1	**Raciocínio básico - a acuidade de compreensão**	**10,00**	**Justificativa**
9.3.1.1	Das funções e do papel do SENAC/TO no contexto social, político e econômico;	10,00 10,00	Raciocínio de acordo com o que foi solicitado; cuidado com a marca.
9.3.1.2	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SENAC/TO com seu público;		
9.3.1.3	Das características do SENAC/TO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;		
9.3.1.4	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;		
9.3.1.5	Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo SENAC/TO;		
9.3.1.6	Das necessidades de comunicação do SENAC/TO para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).		
9.3.2	**Estratégia de comunicação publicitária**	**15,00**	**Justificativa**
9.3.2.1	A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação do SENAC/TO e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;	15,00 15,00	Uso de depoimentos, diversidade física e etária dos públicos
9.3.2.2	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;		
9.3.2.3	A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do SENAC/TO com seu público;		
9.3.2.4	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;		
9.3.2.5	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;		
9.3.2.6	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o SENAC/TO, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seu público, os resultados e metas por ele desejados e a verba disponível.		
9.3.3	**Ideia criativa**	**15,00**	**Justificativa**
9.3.3.1	Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;	15,00 15,00	Uso de elementos da marca no processo criativo
9.3.3.2	Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;		
9.3.3.3	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo;		
9.3.3.4	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;		
9.3.3.5	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;		
9.3.3.6	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;		
9.3.3.7	Sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;		
9.3.3.8	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentado;		
9.3.3.9	A exequibilidade das peças e/ou do material;		
9.3.3.10	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e ao público proposto.		
9.3.4	**Estratégia de mídia e não mídia**	**10,00**	**Justificativa**
9.3.4.1	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	10,00 9,00	Escolha de encarte em jornal impresso não atende a campanha
9.3.4.2	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;		
9.3.4.3	A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;		
9.3.4.4	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios das entidades licitadoras;		
9.3.4.5	A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;		
9.3.4.6	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.		
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01	**50,00**	

49,00

Lúcia Cordeiro

Marina Britar

Envelope 3

IMAGEM ÚNICA

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01 - (PLANO DE COMUNICAÇÃO)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima	
9.3.1	**Raciocínio básico - a acuidade de compreensão**	**10,00**	**Justificativa**
9.3.1.1	Das funções e do papel do SENAC/TO no contexto social, político e econômico;		Atende a campanha
9.3.1.2	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SENAC/TO com seu público;		
9.3.1.3	Das características do SENAC/TO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;		
9.3.1.4	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;	10,00	
9.3.1.5	Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo SENAC/TO;	10,00	
9.3.1.6	Das necessidades de comunicação do SENAC/TO para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).		
9.3.2	**Estratégia de comunicação publicitária**	**15,00**	**Justificativa**
9.3.2.1	A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação do SENAC/TO e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;		Excesso de informação
9.3.2.2	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;		
9.3.2.3	A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do SENAC/TO com seu público;		
9.3.2.4	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;	15,00	
9.3.2.5	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	12,00	
9.3.2.6	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o SENAC/TO, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seu público, os resultados e metas por ele desejados e a verba disponível.		
9.3.3	**Ideia criativa**	**15,00**	**Justificativa**
9.3.3.1	Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;		Aplicação da marca errada. Excesso de texto. Diagramação textual inadequada.
9.3.3.2	Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;		
9.3.3.3	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo;		
9.3.3.4	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;		
9.3.3.5	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;		
9.3.3.6	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;		
9.3.3.7	Sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;	15,00	
9.3.3.8	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentado;	10,00	
9.3.3.9	A exequibilidade das peças e/ou do material;		
9.3.3.10	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e ao público proposto.		
9.3.4	**Estratégia de mídia e não mídia**	**10,00**	**Justificativa**
9.3.4.1	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;		Estratégia atende parcialmente
9.3.4.2	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;		
9.3.4.3	A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;	10,00	
9.3.4.4	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios das entidades licitadoras;	8,00	
9.3.4.5	A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;		
9.3.4.6	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.		
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01	**50,00**	

40,00

Laércia Carvalho

Cristian Cordova

Marina Britan

Envelope 4

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

NAMASTÊ

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01 - (PLANO DE COMUNICAÇÃO)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima	
9.3.1	**Raciocinio básico - a acuidade de compreensão**	**10,00**	**Justificativa**
9.3.1.1	Das funções e do papel do SENAC/TO no contexto social, político e econômico;	10,00 10,00	Campanha atende ao solicitado
9.3.1.2	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SENAC/TO com seu público;		
9.3.1.3	Das características do SENAC/TO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;		
9.3.1.4	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;		
9.3.1.5	Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo SENAC/TO;		
9.3.1.6	Das necessidades de comunicação do SENAC/TO para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).		
9.3.2	**Estratégia de comunicação publicitária**	**15,00**	**Justificativa**
9.3.2.1	A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação do SENAC/TO e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;	15,00 15,00	Estratégia atende ao solicitado
9.3.2.2	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;		
9.3.2.3	A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do SENAC/TO com seu público;		
9.3.2.4	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;		
9.3.2.5	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;		
9.3.2.6	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o SENAC/TO, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seu público, os resultados e metas por ele desejados e a verba disponível.		
9.3.3	**Ideia criativa**	**15,00**	**Justificativa**
9.3.3.1	Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;	15,00 12,00	Faltou explorar o conceito criativo aliado à marca
9.3.3.2	Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;		
9.3.3.3	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo;		
9.3.3.4	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;		
9.3.3.5	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;		
9.3.3.6	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;		
9.3.3.7	Sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;		
9.3.3.8	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentado;		
9.3.3.9	A exequibilidade das peças e/ou do material;		
9.3.3.10	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e ao público proposto.		
9.3.4	**Estratégia de midia e não midia**	**10,00**	**Justificativa**
9.3.4.1	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	10,00 9,00	Escolha das mídias atende parcialmente
9.3.4.2	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;		
9.3.4.3	A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;		
9.3.4.4	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios das entidades licitadoras;		
9.3.4.5	A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;		
9.3.4.6	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.		
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01	**50,00**	

46,00

Laricia Corôlina

Ulrikson Cardoso

Marina Bitar

Envelope 5

PUBLIC

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01 - (PLANO DE COMUNICAÇÃO)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima	
9.3.1	**Raciocínio básico - a acuidade de compreensão**	**10,00**	**Justificativa**
9.3.1.1	Das funções e do papel do SENAC/TO no contexto social, político e econômico;	10,00 5,00	Não mostrou compreensão na proposta da campanha
9.3.1.2	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SENAC/TO com seu público;		
9.3.1.3	Das características do SENAC/TO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;		
9.3.1.4	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;		
9.3.1.5	Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo SENAC/TO;		
9.3.1.6	Das necessidades de comunicação do SENAC/TO para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).		
9.3.2	**Estratégia de comunicação publicitária**	**15,00**	**Justificativa**
9.3.2.1	A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação do SENAC/TO e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;	15,00 7,00	A campanha não conversa com o aluno já matriculado
9.3.2.2	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;		
9.3.2.3	A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do SENAC/TO com seu público;		
9.3.2.4	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;		
9.3.2.5	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;		
9.3.2.6	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o SENAC/TO, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seu público, os resultados e metas por ele desejados e a verba disponível.		
9.3.3	**Ideia criativa**	**15,00**	**Justificativa**
9.3.3.1	Sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do SENAC/TO;	15,00 7,00	Aplicação errada da marca
9.3.3.2	Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;		
9.3.3.3	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo;		
9.3.3.4	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;		
9.3.3.5	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;		
9.3.3.6	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;		
9.3.3.7	Sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;		
9.3.3.8	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentado;		
9.3.3.9	A exequibilidade das peças e/ou do material;		
9.3.3.10	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e ao público proposto.		
9.3.4	**Estratégia de mídia e não mídia**	**10,00**	**Justificativa**
9.3.4.1	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	10,00 7,00	A proposta não converge para o público-alvo
9.3.4.2	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;		
9.3.4.3	A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;		
9.3.4.4	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios das entidades licitadoras;		
9.3.4.5	A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;		
9.3.4.6	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.		
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 01	**50,00**	

26,00

Raicio Cárdulle

Cleiton Cordeira

Marina Biton

PUBLIC

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03 (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / REPERTÓRIO / RELATOS)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima		Justificativa
9.3.5	**Capacidade de atendimento**		**15,00**	
9.3.5.1	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;			EQUIPE COMPLETA PAZA ATENDIMENTO.
9.3.5.2	A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;			
9.3.5.3	A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante;			
9.3.5.4	A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;		15,00	
9.3.5.5	A operacionalidade do relacionamento entre as entidades licitadoras e a licitante, esquematizado na proposta;	15		
9.3.5.6	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.			
9.3.6	**Repertório**		**10,00**	**Justificativa**
9.3.6.1	A ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;	10	10,00	AMPLO REPERTÓRIO.
9.3.6.2	A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;			
9.3.6.3	A clareza da exposição das informações prestadas.			
9.3.7	**Relatos de soluções de problema de comunicação**		**5,00**	**Justificativa**
9.3.7.1	A evidência de planejamento publicitário;	5	5,00	SOLUÇÕES RELEVANTES.
9.3.7.2	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;			
9.3.7.3	A relevância dos resultados apresentados;			
9.3.7.4	A concatenação lógica da exposição.			
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03		**30,00**	

30,00

Lúcia Cordeiro

Clariton Cordeiro

Marina Bitar

NAMASTÊ

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03 (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / REPERTÓRIO / RELATOS)			
Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima	
9.3.5	Capacidade de atendimento	15,00	Justificativa
9.3.5.1	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;		EQUIPE COMPLETA.
9.3.5.2	A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;		
9.3.5.3	A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante;		
9.3.5.4	A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;	15,00	
9.3.5.5	A operacionalidade do relacionamento entre as entidades licitadoras e a licitante, esquematizado na proposta;		
9.3.5.6	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.	15	
9.3.6	Repertório	10,00	Justificativa
9.3.6.1	A ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;	10	REPERTÓRIO AMPLO.
9.3.6.2	A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;	10,00	
9.3.6.3	A clareza da exposição das informações prestadas.		
9.3.7	Relatos de soluções de problema de comunicação	5,00	Justificativa
9.3.7.1	A evidência de planejamento publicitário;		
9.3.7.2	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	5	5,00	SOLUÇÕES INTELIGENTES
9.3.7.3	A relevância dos resultados apresentados;		
9.3.7.4	A concatenação lógica da exposição.		
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03	30,00	

30,00

Laícia Cárdula

Cleriton Cardoso

Marina Biton

IMAGEM ÚNICA

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03 (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / REPERTÓRIO / RELATOS)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima		Justificativa
9.3.5	**Capacidade de atendimento**	**15,00**		
9.3.5.1	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	15	15,00	EQUIPE APTA A ATENDER DEMANDAS
9.3.5.2	A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;			
9.3.5.3	A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante;			
9.3.5.4	A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;			
9.3.5.5	A operacionalidade do relacionamento entre as entidades licitadoras e a licitante, esquematizado na proposta;			
9.3.5.6	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.			
9.3.6	**Repertório**	**10,00**		**Justificativa**
9.3.6.1	A ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;	10	10,00	ÓTIMO MATERIAL
9.3.6.2	A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;			
9.3.6.3	A clareza da exposição das informações prestadas.			
9.3.7	**Relatos de soluções de problema de comunicação**	**5,00**		**Justificativa**
9.3.7.1	A evidência de planejamento publicitário;	5	5,00	RELATOS COM BONS RESULTADOS.
9.3.7.2	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;			
9.3.7.3	A relevância dos resultados apresentados;			
9.3.7.4	A concatenação lógica da exposição.			
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03	**30,00**		

30,00

Lucia Coêlho

Clarita Cardoso

Marina Britar

DESIGUAL

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03 (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / REPERTÓRIO / RELATOS)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima		Justificativa
9.3.5	**Capacidade de atendimento**	**15,00**		**Justificativa**
9.3.5.1	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	15	15,00	EQUIPE AMPLA E APTA.
9.3.5.2	A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;			
9.3.5.3	A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante;			
9.3.5.4	A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;			
9.3.5.5	A operacionalidade do relacionamento entre as entidades licitadoras e a licitante, esquematizado na proposta;			
9.3.5.6	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.			
9.3.6	**Repertório**	**10,00**		**Justificativa**
9.3.6.1	A ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;	10	10,00	ÓTIMA QUALIDADE.
9.3.6.2	A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;			
9.3.6.3	A clareza da exposição das informações prestadas.			
9.3.7	**Relatos de soluções de problema de comunicação**	**5,00**		**Justificativa**
9.3.7.1	A evidência de planejamento publicitário;	5	5,00	RELATOS BEM PLANEJADOS
9.3.7.2	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;			
9.3.7.3	A relevância dos resultados apresentados;			
9.3.7.4	A concatenação lógica da exposição.			
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03	**30,00**		

30,00

Raicia Cordula

Clinton Cardoso

Marina Biton

CANNES

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL-SENAC
DEPARTAMENTO REGIONAL NO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA PUBLICA Nº. 03/2023 - QUADRO DE PONTUAÇÃO

ANEXO - X

PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03 (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO / REPERTÓRIO / RELATOS)

Item/Sub-Item	Descrição do Item	Nota Máxima		
9.3.5	**Capacidade de atendimento**	**15,00**		**Justificativa**
9.3.5.1	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;	15	15,00	EQUIPE APTA.
9.3.5.2	A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;			
9.3.5.3	A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante;			
9.3.5.4	A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;			
9.3.5.5	A operacionalidade do relacionamento entre as entidades licitadoras e a licitante, esquematizado na proposta;			
9.3.5.6	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.			
9.3.6	**Repertório**	**10,00**		**Justificativa**
9.3.6.1	A ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;	10	10,00	IDEIAS INTERESSANTES.
9.3.6.2	A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;			
9.3.6.3	A clareza da exposição das informações prestadas.			
9.3.7	**Relatos de soluções de problema de comunicação**	**5,00**		**Justificativa**
9.3.7.1	A evidência de planejamento publicitário;	5	5,00	CASOS RELEVANTES.
9.3.7.2	A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;			
9.3.7.3	A relevância dos resultados apresentados;			
9.3.7.4	A concatenação lógica da exposição.			
	TOTAL - PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE N.º 03	**30,00**		

30,00

Lucia Cordeiro

Veritan Cordeiro

Marina Bitar