

ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA DOS INVÓLUCROS DA VIA IDENTIFICADA DA CONCORRÊNCIA N.º 003/2017 – CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA A SEREM PRESTADOS, SOB DEMANDA, POR 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA AO SEBRAE/TO.

Processo docflow: 1354/2017

1 Aos dezoito dias do mês de junho do ano de dois mil e dezessete, às quatorze horas e trinta minutos, na sede do  
2 Sebrae/TO, localizado na Quadra 102 Norte, Av. LO-04 nº 01, Lote 02 – Centro, Palmas/TO, reuniram-se os membros da  
3 Comissão Permanente de Licitação, Sra. Ludmila Santana Barbosa – Presidente, Sr. Rodrigo Brito Santana e a Sra. Walbênia  
4 Lemos da Silva Torres – membros, nomeados pela Portaria DIREX n.º 002/2017, para abertura dos invólucros das vias  
5 identificadas – Envelope B das licitantes participantes do processo de licitação **Concorrência Sebrae/TO n.º 003/2017. DO**  
6 **COMPARECIMENTO:** Compareceram à sessão os representantes já credenciados das empresas CANNES PUBLICIDADE  
7 LTDA e PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA. **DA SESSÃO:** Na sequência a Presidente explica a ordem dos trabalhos  
8 e após dá conhecimento ao julgamento das propostas técnicas realizado pela subcomissão técnica e realiza a leitura da  
9 Ata aos presentes. Posteriormente a ata e a planilha de avaliação são disponibilizadas para vistas dos licitantes presentes e  
10 Comissão de Licitação. Em seguida a Comissão procede com a abertura dos invólucros identificados das empresas  
11 credenciadas, a saber, **CANNES PUBLICIDADE LTDA e PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA**, sendo todos os  
12 documentos vistos pelos licitantes presentes e pela Comissão Permanente de Licitação. Ato contínuo, realiza-se o cotejo  
13 entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação da autoria das  
14 mesmas. Feitas as análises, constata-se que a empresa **CANNES PUBLICIDADE LTDA** apresentou Plano de Comunicação  
15 com o tema “**INOVAR**” e a empresa **PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA** apresentou Plano de Comunicação com o  
16 tema “**SOLUÇÕES SEBRAE**”. Ato contínuo, a Presidente passa a informar a nota final das propostas técnicas das licitantes  
17 participantes da licitação em epígrafe, a saber, **CANNES PUBLICIDADE LTDA com a nota final da proposta técnica de 41,27**  
18 **e PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA com a nota final da proposta técnica de 46,53**, conforme resultados na  
19 tabela anexa. A Presidente questionou a todos os presentes sobre a possibilidade de interpor recurso, ocasião em que os  
20 representantes das empresas presentes manifestaram o interesse. **DO ENCERRAMENTO:** Não havendo mais nenhuma  
21 informação digna de registro, encerra-se a reunião quinze horas e nove minutos com a lavratura da presente ata, que vai  
22 assinada abaixo pelos membros da comissão e licitantes presentes.

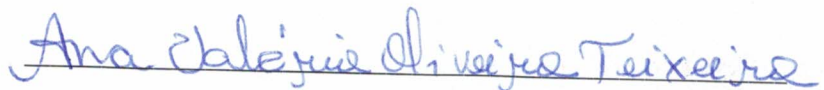
  
LUDMILA SANTANA BARBOSA  
Presidente

  
WALBÊNIA LEMOS DA SILVA TORRES  
Membro

  
RODRIGO BRITO SANTANA  
Membro

Licitantes Presentes:

1. CANNES PUBLICIDADE LTDA



2. PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA





**TABELA DE PONTUAÇÃO DA PORPOSTA TÉCNICA**

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	"INOVAR"	"SOLUÇÕES SEBRAE"
SUBITEM 1: RACIOCÍNIO BÁSICO	5,1	7,7
SUBITEM 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	6,6	7,3
SUBITEM 3: IDEIA CRIATIVA	12,2	14,6
SUBITEM 4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA	8,4	7,4
<b>TOTAL DA NOTA - ENVELOPE A</b>	<b>32,3</b>	<b>37</b>

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS	CANNES	PUBLIC
SUBITEM 5: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	2,44	3,14
SUBITEM 6: REPERTÓRIO	3,3	3,16
SUBITEM 7: RELATO DE SOLUÇÕES	3,23	3,23
<b>TOTAL DA NOTA - ENVELOPE C</b>	<b>8,97</b>	<b>9,53</b>

EMPRESAS	NOTA TÉCNICA FINAL
CANNES PUBLICIDADE LTDA	41,27
PUBLIC PROPAGANDA & MARKETING LTDA	46,53



**ATA DA SESSÃO DE ANÁLISE TÉCNICA DA CONCORRÊNCIA N.º 003/2017 – CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA A SEREM PRESTADOS, SOB DEMANDA, POR 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA AO SEBRAE/TO.**

**Processo docflow: 1354/2017**

1 **Aos treze dias do mês de junho do ano de dois mil e dezessete**, nesta cidade, Palmas, capital do Estado do  
2 Tocantins, na sede do SEBRAE/TO, situado na Quadra 102 Norte, Av. LO-04 nº 01 Cj. 02, Palmas/TO, reuniram-  
3 se, a partir das **nove horas**, os membros da Subcomissão Técnica composta pelos seguintes membros,  
4 conforme Portaria DIREX n.º 023/2017, a saber, Sr. Geovane Almeida Nepomuceno e Sra. Sabrina Santos de  
5 Brito pelo Sebrae/TO e a Sra. Ianna Mascarenhas Costa Nardes pelo Tribunal de Contas do Estado do Tocantins  
6 – TCE/TO, para avaliação das propostas técnicas das empresas participantes da licitação em epígrafe. Ato  
7 contínuo, a Subcomissão Técnica passou à análise das propostas técnicas apócrifas na íntegra, posteriormente,  
8 apreciou a Capacidade de atendimento, repertório e relatos apresentados pelas empresas PUBLIC  
9 PROPAGANDA E MARKETING LTDA e CANNES PUBLICIDADE LTDA. Com base nos critérios previstos no edital e  
10 utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas de comunicação e publicidade, a Subcomissão Técnica  
11 avaliou todas as propostas enviadas, a saber, as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e  
12 as Capacidades de atendimento, repertório e relatos, e pontuou as mesmas conforme previsto no edital e  
13 constante nas tabelas anexas que integram a presente ata para todos os efeitos independente de sua  
14 transcrição. Não havendo mais nada a deliberar, lavrou-se a presente ata que segue assinada por todos os  
15 integrantes da Comissão Especial de Licitação.

Geovane Almeida Nepomuceno

Ianna Mascarenhas Costa Nardes

Sabrina Santos de Brito

**TABELA 2 - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA AO**  
**Plano de Comunicação Publicitária**  
**PONTUAÇÃO MÁXIMA (somatório dos subitens 1 + 2 + 3 + 4): 40 (QUARENTA) PONTOS**

		<b>SUBITEM 1: RACIOCÍNIO BÁSICO</b>		<b>INOVAR</b>	<b>SOLUÇÕES SEBRAE</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Adequação de compreensão da história e da natureza institucional do SEBRAE/TO, suas atividades, suas principais linhas de produtos e serviços e suas características mais significativas para a comunicação publicitária;	2	1,4	1,9	
	b) Adequação de compreensão do papel do SEBRAE/TO no atual contexto social, político e econômico;	2	1,1	1,8	
	c) Compreensão da extensão, qualidade e formas do relacionamento do SEBRAE/TO com seus públicos;	2	1,2	1,8	
	d) Adequação de compreensão do problema específico de comunicação do SEBRAE/TO e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e das micro e pequenas empresas.	2	1,5	2	
	<b>Pontuação obtida no subitem 1 RACIOCÍNIO BÁSICO</b>		<b>5,1</b>	<b>7,7</b>	
<b>SUBITEM 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b>					
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do SEBRAE/TO e o seu problema específico de comunicação;	2	1,8	1,9	
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;	2	1,9	1,8	
	c) A riqueza de desdobramentos positivos para o SEBRAE/TO;	2	1,4	1,8	
	d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição;	1	0,5	0,8	
	e) A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital;	0,5	0,5	0,5	
	f) A cobertura dos públicos-alvo por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida.	0,5	0,5	0,5	
	<b>Pontuação obtida no subitem 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b>		<b>6,6</b>	<b>7,3</b>	
<b>SUBITEM 3: IDEIA CRIATIVA</b>					
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do SEBRAE/TO;	2	1,5	2	
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos do SEBRAE/TO;	2	1,2	2	
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações;	2	1,8	1,9	
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	2	1,8	2	
	e) A simplicidade da forma sob a qual apresenta;	1	1	1	
	f) Sua pertinência às atividades do SEBRAE/TO e à sua inserção na sociedade;	1	0,6	1	
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja;	1	1,5	1,4	
	h) A executibilidade das peças;	1	1,4	1,5	
	i) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos;	1	0,8	0,8	
	j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação;	1,5	1,4	1,4	
		<b>Pontuação obtida no subitem 3 IDEIA CRIATIVA</b>		<b>12,2</b>	<b>14,6</b>
<b>SUBITEM 4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA</b>					
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação da entidade;	1	1	1	
	b) Capacidade analítica evidenciada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da estratégia de mídia;	2	1,8	1,8	
	c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação;	2	1,9	1,2	
	d) Coerência do plano de mídia proposto e economicidade na utilização da verba publicitária simulada na proposta;	2	2	1,5	
	e) Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada;	1	0,7	1	
	f) Pertinência, oportunidade e criatividade demonstradas ao propor o uso de recursos de comunicação de SEBRAE/TO;	0,5	0,5	0,5	
g) Coerência e conhecimento ao propor a utilização de mídias digitais para atingir os objetivos de comunicação;	0,5	0,5	0,4		
	<b>Pontuação obtida no subitem 4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA</b>		<b>8,4</b>	<b>7,4</b>	

**TABELA 3 - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA À**  
**Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**  
**PONTUAÇÃO MÁXIMA (Somatório dos Subitens 5 + 6 + 7): 10 (DEZ) PONTOS**

SUBITEM 5: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		PONTUAÇÃO MÁXIMA DE CADA QUESTO	CANNES	PUBLIC
a) A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do SEBRAE/TO, em Palmas/TO, nos diferentes setores da agência licitante, a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta e o atendimento à estrutura mínima exigida pelo SEBRAE/TO, com especial atenção à estrutura de produção digital;		1,3	0,6	1,3
b) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, que a licitante colocará regularmente à disposição do Sebrae do Tocantins, sem onus adicional, durante a vigência do contrato;		0,4	0,3	0,2
c) Operacionalidade do relacionamento entre o Sebrae do Tocantins e a licitante, indicada na proposta;		0,6	0,5	0,6
d) Infraestrutura técnica e operacional, bem como recursos materiais colocados à disposição do Sebrae do Tocantins na execução do contrato;		0,6	0,6	0,6
e) Relacionamento da licitante com outros clientes, conforme declarações apresentadas;		0,44	0,44	0,44
<b>PONTUAÇÃO obtida no subitem 5</b>		<b>3,34</b>	<b>2,44</b>	<b>3,14</b>
<b>CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>				
<b>SUBITEM 6: REPERTÓRIO</b>		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DE CADA QUESTO</b>		
a) A ideia criativa e sua pertinência;		1,33	1,33	1,33
b) A clareza da exposição;		1,33	1,3	1,33
c) A qualidade da execução e do acabamento;		0,67	0,67	0,5
<b>PONTUAÇÃO obtida no subitem 6</b>		<b>3,33</b>	<b>3,3</b>	<b>3,16</b>
<b>REPERTÓRIO</b>				
<b>SUBITEM 7: RELATO DE SOLUÇÕES</b>		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DE CADA QUESTO</b>		
a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação;		0,7	0,7	0,6
b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva para um problema de comunicação;		0,7	0,7	0,7
c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito;		0,6	0,5	0,6
d) A capacidade de medir adequadamente os resultados;		0,6	0,6	0,6
e) A evidência de adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária;		0,73	0,73	0,73
<b>PONTUAÇÃO obtida no subitem 7</b>		<b>3,33</b>	<b>3,23</b>	<b>3,23</b>
<b>RELATO DE SOLUÇÕES</b>				