

**ENVELOPES N° 03**  
**(conjunto das informações)**



**ATA nº 04 – ENTREGA DO JULGAMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA QUANTO AO ENVELOPE Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DAS INFORMAÇÕES.**

Às 15h do dia 18 (dezoito) do mês de janeiro do ano de dois mil e dezenove, no auditório da Prefeitura, situado na Avenida Santa Catarina, n.º 195, nesta cidade, reuniu-se a subcomissão técnica de Licitação, composta pelos membros EDSON FEZER, JANAINA PIROLA e MARCIO CORDEIRO, com a finalidade de julgar a proposta técnica do envelope de nº. 3, cujo objeto é a CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS À VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADOS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS, ATOS OFICIAIS DE CARÁTER EDUCATIVO E INFORMATIVO QUE SEJAM DE INTERESSE DO MUNICÍPIO CAÇADOR - SC, CONFORME ESTABELECE A LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Ao final, a Subcomissão técnica, encaminha abaixo o detalhamento do julgamento e os critérios de análise adotados pela mesma para quanto às propostas técnicas apresentadas pelas licitantes, nominando as propostas por elas apresentadas, conforme segue:

- **DOHMA COMUNICAÇÃO**
- **VOODOO BRANDED CONTENT**
- **TEMPERO PROPAGANDA**
- **TIG AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**

O julgamento das propostas apresentadas ocorreu individualmente por cada membro da Subcomissão Técnica, constando no relatório a seguir, baseado em cada um dos itens exigidos pelo edital. Em seguida, a Subcomissão elaborou esta ata, contendo descritivos e somatórios das notas, constantes nas tabelas abaixo das manifestações dos membros em suas respectivas propostas:



**I - Capacidade de Atendimento (máximo de 10 (dez) pontos), relativos a:**

- a) Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência, considerando a formação profissional;
- b) Estrutura física e equipamentos necessários à realização dos serviços;
- c) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos para a entrega dos serviços, a operacionalidade do relacionamento entre o Setor de Comunicação da Prefeitura Municipal de Caçador e a licitante, esquematizado na Proposta;

**DOHMA COMUNICAÇÃO**

Membro 1 – Edson Fezer

Neste item, a licitante se propôs a atender a Câmara Municipal de São Bento do Sul, mas somos a Prefeitura de Caçador. Isso nos gera dúvida se, acaso houver uma necessidade urgente, a Prefeitura de Caçador seria devidamente atendida, pois fica a vários quilômetros de distância da agência. Com relação aos profissionais, vemos que a equipe técnica é bastante qualificada.

Membro 2 – Janaina Pirola

Houve um erro com relação à citação da proposta de atendimento para a Câmara Municipal de São Bento do Sul em vez de a Prefeitura de Caçador. No tocante à equipe técnica, vemos uma boa qualificação em todos os profissionais apresentados.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

A falha de ter sido inserida a Câmara Municipal de São Bento do Sul comprometeu a proposta com a capacidade de atendimento.

Licitante: Dohma Comunicação	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	1,50	1,50	1,60	4,60



### **VOODOO BRANDED CONTENT**

Membro 1 – Edson Fezer

A empresa licitante demonstrou uma equipe bastante qualificada, estrutura física bem definida e, já previsão de atendimento em Caçador, com uma sala pré-reservada. No quesito tempo, não especificou se trata-se de “dias úteis” ou “dias corridos”, o que restou dúvida.

Membro 2 – Janaína Pirola

Demonstrou uma capacidade de atendimento bastante completa, com bons prazos para entrega do material.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

Pelo que se demonstrou, trata-se de uma empresa bem qualificada para atender o que a Prefeitura necessita. Apenas, na questão do prazo, se acaso for em dias úteis, parece ser um pouco alongado chegando a 15 dias.

Licitante: <b>Voodoo Branded Content</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	2,90	3,33	2,80	9,03

### **TEMPERO PROPAGANDA**

Membro 1 – Edson Fezer

Trata-se de uma empresa bastante qualificada para atender à demanda.

Membro 2 – Janaína Pirola

A empresa cumpre o que foi solicitado, à altura do que a Prefeitura necessita.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

Segundo as informações prestadas pela licitante, este item está bem atendido.



Licitante: <b>Tempero Propaganda</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	3,20	3,25	3,21	9,66

### **TIG AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**

Membro 1 – Edson Fezer

A licitante apresentou uma capacidade de atendimento, prazos e estrutura ótimas e compatíveis com o que foi solicitado.

Membro 2 – Janaína Pirola

Além da boa estrutura física e de profissionais, a capacidade de atendimento da licitante com relação aos prazos se adapta às necessidades do serviço público.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

Trata-se de uma proposta que atende a todos os requisitos estabelecidos pela Prefeitura no edital, com o diferencial do tempo de atendimento ser bastante pequeno.

Licitante: <b>TIG Comunicação</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	3,33	3,33	3,33	9,99

### **II – Repertório (máximo de 15 (quinze) pontos no total), relativos a:**

- A ideia criativa e sua pertinência;*
- A clareza da exposição;*
- A qualidade da execução e do acabamento.*

### **DOHMA COMUNICAÇÃO**

Membro 1 – Edson Fezer



As peças apresentadas, bem como o spot de rádio, demonstram a boa capacidade da licitante. Entretanto, faltou inserir as dimensões originais, conforme solicita o edital.

Membro 2 – Janaína Pirola

A licitante apresentou peças com boa qualidade técnica, mas sem as dimensões.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

A qualidade técnica demonstrada pela licitante nas peças apresenta a sua capacidade de criação.

Licitante: <b>Dohma Comunicação</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Repertório (max. 15 pontos)	4,00	3,90	4,20	12,10

#### **VOODOO BRANDED CONTENT**

Membro 1 – Edson Fezer

A campanha apresentada, através das peças para variadas mídias, é de grande qualidade. Mas, na primeira peça, a identificação está como sendo Filme Lançamento 30”, mas trata-se de spot de rádio. Neste caso, é possível notar que houve uma inversão, sendo que na página onde indica “Spot 30” está o vídeo, no DVD. Além disso, este vídeo não se refere à campanha apresentada “MEU CARRO DOS SONHOS” e apenas a um vídeo institucional do shopping Beira-Mar.

Membro 2 – Janaína Pirola

A campanha apresentada demonstra a boa qualidade dos serviços prestados pela licitante. Apenas, as mídias de rádio e TV foram invertidas na proposta.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

Trata-se de peças muito boas, para mídias diferenciadas. Inversão dos DVDs de spot de rádio e do vídeo, que não correspondem às suas descrições.



Licitante: <b>Voodoo Branded Content</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Repertório (max. 15 pontos)	4,20	4,40	4,40	13,00

### **TEMPERO PROPAGANDA**

Membro 1 – Edson Fezer

Apresentou boas peças, mas todas elas gráficas, para impressos e rede social. Faltou diversificar, inserindo ainda spot ou vídeo.

Membro 2 – Janaína Pirola

Peças bem apresentáveis, bem elaboradas.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

Peças gráficas bem elaboradas, mas não houve a apresentação de vídeo, por exemplo.

Licitante: <b>Tempero Propaganda</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Repertório (max. 15 pontos)	3,80	4,80	3,90	12,50

### **TIG AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**

Membro 1 – Edson Fezer

Peças bem elaboradas, para mídias diversificadas.

Membro 2 – Janaína Pirola

As peças demonstram que a empresa tem boa capacidade de criação e execução.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

Todas as peças são bastante criativas e atendem ao que foi solicitado pelo edital.

Licitante: <b>TIG Comunicação</b>	Notas
-----------------------------------	-------



	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Repertório (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00

**III – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 15 (quinze) pontos no total) relativos a:**

- a) A concatenação lógica da exposição;
- b) A evidência de planejamento publicitário;
- c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) A relevância dos resultados apresentados.

**DOHMA COMUNICAÇÃO**

Membro 1 – Edson Fezer

Foram apresentados bons cases, assinados pelos clientes da licitante, suprimindo o que solicitou o edital.

Membro 2 – Janaína Pirola

A licitante apresentou os 4 relatos de problemas, com a aprovação dos seus clientes.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

A licitante atendeu ao que se solicitava no edital.

Licitante: <b>Dohma Comunicação</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00

**VOODOO BRANDED CONTENT**

Membro 1 – Edson Fezer

A licitante apresentou bons cases, todos referendados pelos seus clientes.



Membro 2 – Janaína Pirola

A licitante apresentou os 4 relatos de problemas, com a aprovação dos seus clientes.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

A licitante atendeu ao que se solicitava no edital.

Licitante: <b>Voodoo Branded Content</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00

### **TEMPERO PROPAGANDA**

Membro 1 – Edson Fezer

Bons cases foram apresentados, com depoimentos dos clientes da licitante.

Membro 2 – Janaína Pirola

A licitante apresentou os 4 relatos de problemas, com a aprovação dos seus clientes.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

A licitante atendeu ao que se solicitava no edital.

Licitante: <b>Tempero Propaganda</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00

### **TIG AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**

Membro 1 – Edson Fezer

A licitante apresentou bons cases de soluções de problemas, referendados pelos seus clientes.



Membro 2 – Janaína Pirola

São bons relatos de soluções de problemas, todos eles assinados pelos clientes.

Membro 3 – Marcio Cordeiro

A licitante cumpriu o que se pedia neste item.

Licitante: <b>TIG Comunicação</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00

**CONCLUSÃO GERAL DA SUBCOMISSÃO, BASEADA NO QUE FOI APRESENTADO PELOS MEMBROS, INDIVIDUALMENTE:**

**- DOHMA COMUNICAÇÃO**

A licitante apresentou falhas nos itens Capacidade de Atendimento e Repertório, deixando, desta forma comprometida a sua avaliação final. Seguem então as notas gerais, dadas pela comissão para esta licitante:

Licitante: <b>Dohma Comunicação</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	1,50	1,50	1,60	4,60
Repertório (max. 15 pontos)	4,00	3,90	4,20	12,10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Média geral	10,50	10,40	10,80	<b>31,70</b>

**- VOODOO BRANDED CONTENT**

Teve comprometimento na apresentação dos itens “Capacidade de Atendimento” e “Repertório”. No primeiro, o tempo de entrega das campanhas não foi especificado como “dias úteis” ou “dias corridos”. Já no segundo, houve inversão nas mídias apresentadas. Seguem, então, as notas emitidas pela Subcomissão:

Licitante: <b>Voodoo Branded Content</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	



ESTADO DE SANTA CATARINA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAÇADOR  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 182/2018  
TOMADA DE PREÇO Nº 15/2018

0313

Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	2,90	3,33	2,80	9,03
Repertório (max. 15 pontos)	4,20	4,40	4,40	13,00
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Média geral	12,10	12,73	12,20	37,03

**- TEMPERO PROPAGANDA**

De acordo com as avaliações individuais, a licitante tem boa capacidade de atendimento, mas com relação às peças apresentadas no Repertório, se prendeu apenas a peças gráficas. Seguem as notas da Subcomissão:

Licitante: <b>Tempero Propaganda</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	3,20	3,25	3,21	9,66
Repertório (max. 15 pontos)	3,80	4,80	3,90	12,50
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Média geral	12,00	13,05	12,11	37,16

**- TIG AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**

A Subcomissão avaliou que a licitante atende completamente o que foi apresentado nos itens em questão. Seguem, então, as notas:

Licitante: <b>TIG Comunicação</b>	Notas			Final
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	3,33	3,33	3,33	9,99
Repertório (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Média geral	13,33	13,33	13,33	39,99

Sendo o que se tinha para o momento, os membros da comissão assinam a ata e encerram a sessão.

Edson Fezer - Membro

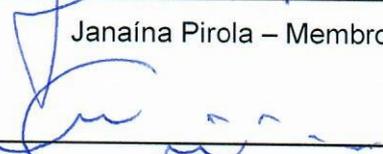


ESTADO DE SANTA CATARINA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAÇADOR  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 182/2018  
TOMADA DE PREÇO Nº 15/2018

0314

  
\_\_\_\_\_

Janaína Pirola – Membro

  
\_\_\_\_\_

Marcio Cordeiro – Membro

**NOTAS COMISSÃO TÉCNICA**  
Plano de Comunicação Publicitária (Envelope 3)

**0315**

Licitante: <b>Dohma Comunicação</b>	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	1,50	1,50	1,60	4,60
Repertório (max. 15 pontos)	4,00	3,90	4,20	12,10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
<b>Média geral</b>	<b>10,50</b>	<b>10,40</b>	<b>10,80</b>	<b>31,70</b>

Licitante: <b>Voodoo Branded Content</b>	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	2,90	3,33	2,80	9,03
Repertório (max. 15 pontos)	4,20	4,40	4,40	13,00
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
<b>Média geral</b>	<b>12,10</b>	<b>12,73</b>	<b>12,20</b>	<b>37,03</b>

Licitante: <b>Tempero Propaganda</b>	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	3,20	3,25	3,21	9,66
Repertório (max. 15 pontos)	3,80	4,80	3,90	12,50
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
<b>Média geral</b>	<b>12,00</b>	<b>13,05</b>	<b>12,11</b>	<b>37,16</b>

Licitante: <b>TIG Comunicação</b>	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	3,33	3,33	3,33	9,99
Repertório (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
<b>Média geral</b>	<b>13,33</b>	<b>13,33</b>	<b>13,33</b>	<b>39,99</b>

**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

a) Currículos com a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da agência licitante (no mínimo: atendimento, arte, redação, mídia, planejamento, produção);

**ALENCAR PEDRO TIEPO – Direção / Atendimento**



Coordena a agência de maneira geral fazendo o elo entre o cliente e a agência. Organiza e mantém o fluxo dos trabalhos, captando o briefing junto aos clientes. Inicia o processo de criação, em conjunto com diretor de criação, para estabelecer o mote criativo, levando sempre em conta menores custos e maior visibilidade para alcançar os objetivos propostos.

Formação: Graduação em Administração de Empresas pela FUCRI (Criciúma, SC). Pós-graduação/MBA em Gestão Empresarial pela FGV (Chapecó, SC). Pós-graduação/MBA em Gerenciamento de Marketing e Gestão Pública - INDG (Blumenau, SC).

Experiência Profissional: Coordenador da TV Assembleia Legislativa (2011/2012) Florianópolis, SC. Diretor Executivo da RBS TV (1986/2011). Professor na área de Marketing e Administração na UNIASSELVI em Blumenau, SC (2007). Professor na área de Marketing e Administração na UCEFF Chapecó, SC (2008). Professor na área de Marketing e Administração na Unochapecó (2009/2010).

**JANE MARI ZARICHTA – Atendimento**



Ligação direta entre o cliente e a agência. Tem a responsabilidade de fazer o briefing dos clientes e das campanhas, mantendo o fluxo de captação dos trabalhos e repasse disso para o diretor de criação. Auxilia na avaliação do mote criativo, já que é a profissional mais próxima do cliente, e na distribuição da mídia, levando sempre em conta menores custos e maior visibilidade para alcançar os objetivos propostos.

Formação: Curso superior em Administração e Marketing pela Celer Faculdades.

Experiência profissional: Estação Cultural Produções como Produtora Artística Executiva (2013/2017). SICOM – Sindicato do Comércio de Chapecó e Região como Coordenadora da Divisão (2012/2013). Class Construtora e Incorporadora Ltda, Diretora de Marketing (2011/2012). Allegrofônica Produção e Arte, como Produtora Artística Executiva (2010/2011). HAKA Multicomunicativa, com Publicidade e Eventos (2008/2010). T12 Marketing e Comunicação, como Atendimento (2004/2005).

**SANDRO PANISSON – Criação / Diretor de Arte**

  
  
1

0317

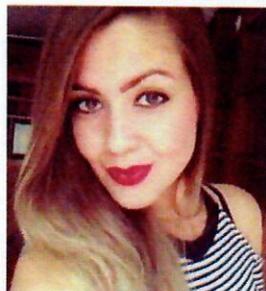


Criação da parte gráfica das peças publicitárias, traduzindo todo o conceito pesquisado em conjunto com o diretor de criação. Também pesquisa e faz o tratamento das imagens utilizadas nos materiais, de acordo com os objetivos de campanhas de cada cliente.

Formação: Diagramador (Reg SC 00850 DG); 23 de anos de experiência profissional na área de publicidade. Vencedor, durante 6 anos seguidos (2008 a 2013), do Melhor Projeto Gráfico promovido pela ADJORI/SC. Vencedor do Troféu Rogério Bilhar, veículo Diário do Iguaçu – Galo de Ouro – Categoria Institucional 2015.

Experiência profissional: Jornal Mídia Mais (1 ano); I9 Propaganda (8 meses); Corplan Propaganda (2 anos); Centro Gráfico (3 anos); Foco Propaganda (2 anos); O Jornal (6 anos); By Graf (2 anos); Brindal Serviços Gráficos (2 anos); Priscila Propaganda (2 anos).

SABRINA TALITA DE OLIVEIRA – Criação / Diretora de Arte



Criação das peças publicitárias, de acordo com o conceito pesquisado em conjunto com o diretor de criação. Além de trabalhar na construção gráfica e no design das peças produzidas para cada campanha realizada, faz parte da equipe de estudo e desenvolvimento de slogans, motes e textos.

Formação: Doutoranda em Design pelo PPGDesign da UFPR. Realizou estágio de doutorado na Universidade de Lisboa, ULISBOA, Portugal. É Mestre em Design pelo PPGDesign - Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Paraná. Pós-Graduada em Design e Branding (Gestão de Imagem) pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó - Unochapecó. E Graduada em Design Gráfico pela Universidade do Oeste de Santa Catarina - UNOESC.

Experiência profissional: Criar Editora Gráfica - Arte-Finalista. Gráfica ABC - Arte-Finalista. Gráfica Anna Loide - Designer, Diagramadora e Arte-Finalista. Agência Haka Multicomunicativa - Diretora de Arte. Agência Toyka (Curitiba) - Diretora de Arte. Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUC/PR - Professora. É pesquisadora do LabErg - Laboratório de Ergonomia e Usabilidade da UFPR e pertencente ao Grupo de Pesquisa em Ergonomia da UFPR. Foi líder do Grupo de Pesquisa Design e Território da Universidade do Contestado - UnC. Possui experiência na área de Design Gráfico e de Produto, com ênfase em User Experience, Interação Humano-Computador e Tecnologias Assistivas. Também trabalhou com Produção de Moda e Design Editorial. Foi docente no Magistério Superior nos Cursos de: Design, Moda, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Artes Visuais; e membro do Núcleo Docente Estruturante do Curso de Relações Públicas da PUC-PR e do NDE do Curso de Design da Universidade do Contestado - UnC. Dedicou-se também a docência na Pós-Graduação da Universidade

*[Handwritten signature]*  
2

do Contestado - UnC, onde ministrou a disciplina de Metodologia da Pesquisa. Possui vários trabalhos apresentados e publicados nos EUA e no Canadá.

DANIELI ZIMERMANN FREESE – Criação / Diretora de Arte



Criação e desenvolvimento das peças publicitárias na parte gráfica, de acordo com o conceito pesquisado em conjunto com o diretor de criação. Trabalha com ênfase na parte de criação para internet e Redes Sociais, com estudo e cuidado no desenvolvimento que esses materiais precisam ter, especialmente na parte de arte e textos, de acordo com as peculiaridades de cada meio.

Formação: Graduada em Análise de Sistemas pela UTFPR - Campus Pato Branco, conclusão em 2013. Cursando Especialização em Marketing Digital e Mídias Sociais Unoesc - Chapecó.

Experiência Profissional: Editora Jornal de Beltrão - Designer Gráfico/Arte-Finalista, de 2009 até 2016.

ANGELA PATRÍCIA PIANA – Redação



Redação dos textos para as campanhas publicitárias, coordenando a criação dos motes, ideias criativas e slogans. Cria os títulos para revistas, jornais e TV, bem como para os ambientes digitais, como redes sociais, blogs, site institucional, intranet e TV digital. Faz parte da equipe que estuda o briefing e elabora o planejamento criativo do projeto, cria o tema, a sinopse e os roteiros de cada campanha.

Formação: Mestranda em Políticas Sociais e Dinâmicas Regionais, Unochapecó (término em 2020); Pós-Graduação em Comunicação Social, Celler Faculdades, (conclusão em 2014); Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, Unochapecó (conclusão em 2003)

Experiência profissional: Ric Record – Chapecó (2016-2017) - Gerente Regional de Jornalismo do Grande Oeste Catarinense; Ric Record – Xanxerê (2008-2016) - Coordenadora de Jornalismo; RBS – Chapecó (2008-2008) – Repórter; Record – Xanxerê (2003-2007) - Apresentadora / Repórter.

ANA PAULA RONCAGLIO SPUDEIT – Mídia



*Handwritten signature or initials in blue ink.*

Trabalha com a seleção dos veículos para divulgação de cada campanha, que sejam mais favoráveis a divulgação da mensagem, sempre levando em conta o público que se quer alcançar e questões regionais onde alguns veículos locais tem grande penetração. Coordena a distribuição correta da veiculação da mídia.

Formação: Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Contestado – UnC Concórdia (2002/2006). Pós Graduação (incompleta) em Comunicação Integrada pela Universidade Comunitária de Chapecó – Unochapecó (2008/2009). Pós Graduação em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais pelo Senac Concórdia (2013/2014). Curso E-learning de Redação Publicitária na Cuca Escola de Criativos – São Paulo (2013).

Experiência profissional: Next MKT & Comunicação: Atendimento, redação, produção de conteúdo e direção de arte para comunicação online, através de redes sociais. Desenvolvimento de peças impressas, como flyers, folders e catálogos. Estudo e criação de marca e identidade visual. Lions Clube Distrito LD8: Assessora de Comunicação, de forma voluntária, para a Governadoria do Lions Distrito LD8, com a produção de materiais, e-mails, textos, artes e divulgação de todos os eventos. Foco Propaganda: Redação publicitária, criação e planejamento de campanhas publicitárias; redação para Licitações na área da administração pública; atendimento de alguns clientes, com planejamento mensal e anual de campanhas; e redação e criação para redes sociais, especialmente Facebook. JM Agência de Viagens e Turismo: planejamento e comunicação, site, informativo mensal e também na organização de viagens. Empresa Editora Concórdia – O Jornal: jornalismo impresso, com a função de repórter/redatora, responsável pela área de esportes e redação para outras editoriais, desde política até segurança, passando pelas áreas de educação e cultura.

GUSTAVO MOSCHETTA – Planejamento



Tem como função estudar e realizar o planejamento estratégico das ações de marketing, através dos objetivos a serem alcançados pelo cliente e de acordo com as campanhas solicitadas. É responsável por conhecer os princípios e propósitos, a fim de integrar os objetivos de negócio e proporcionar a eficácia das ações propostas no planejamento de comunicação. Trabalha com ênfase nos objetivos organizacionais, juntamente aos públicos de interesse.

Formação: Graduado em Tecnologia em Marketing pela UNOPAR (Chapecó-SC); e graduado em Ciências da Computação pela UNOCHAPECÓ (Chapecó-SC) e TUITI (Curitiba-PR). Pós-graduado em MBA em Marketing pela Celer Faculdades (Xaxim-SC); e Pós-graduado MBA em Gestão de Pessoas pela Uceff Faculdades (Chapecó-SC).

Experiência profissional: FGV (Fundação Getúlio Vargas) Maio/2013 na função de professor da disciplina de Marketing Empresarial – Chapecó-SC. RBS TV Chapecó 2010/2012 – função de Analista e Coordenador Geral de Marketing. Portal Chapecó Saúde ([www.chapecosaude.com.br](http://www.chapecosaude.com.br)) 2005/2010, na função de Administração e Marketing. Waves Comunicação (Assessoria e Consultoria) 2000/2010, na função de Diretor e Coordenador de Marketing – Chapecó-SC.

ALDO ROSSI – Produção



Coordena todos os textos e roteiros para a produção, estando em contato direto com a equipe de redação e criação. Também é quem cuida de toda parte de preparação das filmagens, iluminação, do cenário, da sonorização e condições do ambiente para que as gravações possam ser realizadas de forma adequada, acompanhando o desenvolvimento das peças até a edição final.

Formação: Curso de Cinema e Fotografia em Porto Alegre, RS (1980). Curso de Direção de Cena e Vídeo em São Paulo (1982). Curso Propaganda e Marketing no Rio de Janeiro (1985). Curso de Animação, Direção e Edição de Vídeo no Rio de Janeiro (1987). Curso de Direção de Atores, Figurantes e Cena para Teatro, Cinema e Televisão em Curitiba, PR (2000). Curso de Animação, Desenho Animado e 3D no Rio de Janeiro (2005). Curso de Marketing (O Marketing Moderno na Era Digital) em São Paulo (2010). Curso de Direção e Edição para Cinema e Televisão em Porto Alegre, RS (2015).

Experiência profissional: 1974 -1978: Rádio Diário da Manhã, Lages, SC, como locutor. 1979 - 1980: TV Guaíba, Porto Alegre, RS, como Operador de Câmera e Diretor de Cena. 1980 - 1984: TV Planalto, Rádio Clube de Lages – SC, TV Barriga Verde de Florianópolis, (Grupo SCC) como Diretor de Cena e Produção. 1984 -1988: Agência SP Propaganda de Lages, SC, como Diretor de Arte e Criação. 1989 -1994: TV SBT SC de Chapecó, como Diretor de Produção. 1994 - 2000: Agência Foku's Propaganda de Chapecó, como Diretor de Arte e Criação. 2000 - 2002: Agência Trilha de Chapecó, como Diretor de Arte, Cena e Criação. 2003 - 2009: Oficina Mágica Produtora, de Chapecó, Diretor de Arte, Cena e Criação. 2010 - 2013: UMMAISUM Cinevideo de Chapecó, Diretor de Arte, Cena e Criação. 2013 - 2017: WG Comunicação, Chapecó, Diretor de Arte, Cena e Criação.

VANESSA PRESOTTO – Redes Sociais



Criação, postagem e impulsionamento de conteúdo das páginas dos clientes nas redes sociais. Trabalha com geração de relatórios e análises de tudo o que foi realizado, como forma de mensuração dos resultados, monitorando também as respostas aos comentários e mensagens de clientes e acompanhamento do desenvolvimento da marca nas redes sociais. Também atua como redatora de artigos para blogs.

Formação: Comunicação Social – Jornalismo – Unochapecó em 2016;  
Pós - MBA Gestão Estratégica de Marketing – Unochapecó (cursando)

Experiência profissional: CLINICA RISATE - Cargo: Marketing Digital  
Período: Setembro/2017 a junho/2018

RICTV RECORD CHAPECÓ - Cargo: Repórter

Período: dezembro/2017

PORTAL CLICRDC E REVISTA DE CHAPECÓ - Cargo: Colunista Social

Período: maio/2017

RICTV RECORD CHAPECÓ - Cargo: Produtora Programa Ver Mais

Período: junho/2014 a dezembro/2017

ELIZABETH APARECIDA SCHIZZI TIEPO – Recursos Humanos



Tem como tarefas o recrutamento e seleção de pessoal, avaliação de desempenho dos funcionários, treinamento e desenvolvimento de pessoas entre outras funções, com o objetivo básico de alinhar as políticas de RH com a estratégia da organização.

Formação: Bacharel em Administração de Empresas pela FURB - Universidade Regional de Blumenau. Bacharel em Psicologia também pela FURB - Universidade Regional de Blumenau.

Experiência profissional: Coordenadora da ONG Júnior Achievement Blumenau e Região. – (2006/2007). Analista de Sistemas em RH da Havan Chapecó (2007/2009). Psicóloga Clínica do Hospital Dia (2010). Aconselhamento e Acolhimento no Centro de Testagem e Aconselhamento – CTA (2010). Psicóloga Clínica no Centro de Atenção Psicossocial - CAPS II (2010). Psicóloga Clínica no Centro de Atenção Psicossocial de álcool e outras drogas - CAPS AD (2011). Assistente de Diretoria e Gerência: Atividades diversas com foco em prevenção, promoção e proteção (2011/2012). Tem grande experiência na realização de Grupos Focais (técnica utilizada para se definir campanhas publicitárias).

ELIANE DE DEUS – Financeiro



Administração do caixa da empresa, análise de crédito, contas a receber e a pagar, fluxo de caixa e o processo com o a contabilidade da empresa, também faz a ligação com a área jurídica.

Formação acadêmica:

Administração na Universidade do Contestado (Cursando)

Experiência Profissional:

Alumividros - Compras – Novembro de 2013 á Dezembro 2013 (Alumividros); Agência de Publicidade e Propaganda F6 Publicidade - Administrativo e financeiro – Novembro 2005 á Maio de 2013; Madeireira Madezan - Auxiliar de escritório – Agosto de 2005 á Setembro de 2005; Caixa Econômica Federal – RS - Bancário Temporário – 23 de Dezembro de 2002 á 2004.

LUCIMARA VANESSA KNOB BENELLI – Auxiliar de Mídia e Financeiro



Trabalha com a seleção dos veículos para divulgação de cada campanha, que sejam mais favoráveis a divulgação da mensagem, sempre levando em conta o público que se quer alcançar e questões regionais onde alguns veículos locais tem grande penetração. Coordena a distribuição correta da veiculação da mídia e auxilia também na parte financeira.

Formação acadêmica:

Psicologia na Universidade do Contestado (Cursando)

Experiência Profissional:

BRF Brasil Foods Alimentos – Concórdia – Aprendiz Administrativo – Fevereiro de 2014 a Dezembro de 2015; CR Clínica de Radiologia – Concórdia – Recepcionista - Setembro de 2016.

LUCAS GASPAS DE LIMA – Auxiliar de Produção



Formação acadêmica:

Formado em Produção Audiovisual pela Unochapecó (2017).

Pós-graduação em cinema e realização audiovisual pela Unochapecó (cursando)

Experiência Profissional:

Gaia Rodovias – Chapecó – Auxiliar de Marketing (2013)

b) Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico de que dispõe a licitante para atender a presente licitação:

A Agência TiG possui três unidades operacionais nas cidades de Concórdia, São Miguel do Oeste e Chapecó sendo que caso atendermos o município de Caçador abriremos uma filial nesta cidade para podermos ficar bem próximos e com isso agilizarmos as demandas do município. A TiG também tem uma assessoria jurídica para qualquer enfoque no estudo das prerrogativas e objetivos da função e interesses relacionados a questões administrativas/públicas, atuando sempre de forma ética e legal.

A Agência TiG possui equipamentos avançados e instrumental técnico de alta tecnologia, ampliando a agilidade e a qualidade dos seus serviços. A estrutura física interna, no que diz respeito à organização e métodos, permite boa resposta às exigências do mercado, com parâmetros para que os trabalhos fluam com perfeição e rapidez. Trabalhamos em ambientes climatizados, funcionais e diferenciados. Temos a disposição:

03 Computadores iMac;

02 MacBook Pro;

06 Notebooks HP/Acer;

02 iPads;

03 Computadores de mesa de alta performance para criação, edição e arte-final;

08 Aparelhos de celular iPhone;

*[Handwritten signature]* 7

- 03 Redes Wi-fi com conexão de fibra ótica e MH Net;
- 01 Software para o gerenciamento processos internos da agência;
- 13 Acessos de usuários para gerenciamento do sistema Agência Sys;
- 01 Acesso ao Conectmix – Para controle efetivo de veiculações em Rádio;
- 10 Acessos ao Mlabes – Gerenciamento de Redes Sociais;
- 03 Impressoras multifuncionais;
- 03 Quadros brancos para brainstorm;
- 03 Banheiros Masculino e Feminino
- 03 Recepções
- 03 Salas de Reuniões
- 04 Salas de Atendimento
- 04 Salas de Criação
- 02 Salas de Administração Financeira

c) Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração de plano de mídia; A Agência TiG está conectada com as atuais necessidades dos clientes, trabalhando com a Comunicação Multiplataforma. Integramos Publicidade e Propaganda, Marketing, Design, Web e Novas Tecnologias sempre com muita dedicação e persistência em tudo que fizemos.

Em todos os tempos e, principalmente em momentos onde as verbas dos anunciantes, estão cada vez menores, uma das principais atribuições de uma agência é conseguir alcançar seu público-alvo da melhor forma possível, levando sempre em conta o melhor custo-benefício. É nesse aspecto que entra o nosso trabalho, cujo o objetivo principal é fazer com que as campanhas publicitárias sejam realmente efetivas e que consigam alcançar seu público-alvo. Para que isso aconteça precisamos seguir alguns itens, os quais são:

Identificar o público-alvo: fazer uma análise meticulosa de quem queremos alcançar com a campanha publicitária proposta, definindo claramente todas as informações importantes para o planejamento.

Planejar os melhores caminhos e formatos para que a mensagem proposta chegue ao seu público-alvo no momento preciso e com o melhor custo-benefício.

Criar campanhas de publicidade para divulgação de seus produtos e serviços de maneira impactante e convincente. Avaliar resultados, supervisionar e otimizar os investimentos feitos na produção e divulgação das peças publicitárias.

Através de nossas ações e estudo de marketing incitamos nossos clientes a reagir, analisando seu posicionamento e fazendo com que a campanha proposta, alcance seus objetivos e aprove as decisões estratégicas das ações a serem implementadas.

Formada por profissionais que respiram comunicação e se alimentam de informações, a nossa agência busca oferecer de forma criativa e eficiente, a possibilidade de promover marcas, produtos e serviços, conquistando o mercado consumidor.

As etapas do atendimento de órgãos governamentais são gerenciadas via sistema de gestão Agência Sys, com administração e controle detalhado dos investimentos feitos. O sistema é administrado por profissionais treinados que detalham todos os processos envolvidos: geração de novos Jobs, cotações, estimativas de custos, ordens de serviços, pedidos de produção e pedidos de inserção. Para garantia da eficiência da gestão financeira, existe um segundo modelo de controle geral, feito com todos os documentos/custos, que deduzem do valor do empenho para o período, possibilitando uma visão do investimento de forma detalhada. De fácil visualização, o documento permite clareza sobre o destino da verba publicitária, além de facilitar acesso ao investimento global e maior controle das peças produzidas no período em questão.

Utilizamos também os sistemas Mlabes e Conectmix, o Mlabes é uma plataforma possível de gerenciar perfis em 6 redes sociais: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn e Youtube. Tem em seu conteúdo o inbox e direct, agendamento de Posts, relatórios Social Media e integração de equipe. A ferramenta oferece também relatórios com dados extraídos do Google Analytics. Já o Conectmix é uma ferramenta revolucionária na gestão da comunicação entre a agência, emissoras e o próprio cliente. Com estas ferramentas conseguimos ter uma noção exata dos investimentos do cliente, bem como a sua exibição em horários e dias determinados.

A nossa sistemática de atendimento segue os seguintes passos:

Passo 1 – Conhecer o cliente, com visita e imersão de todos os colaboradores da agência.

Passo 2 – Determinar os objetivos e estratégias para o planejamento anual, semestral, trimestral e mensal de toda a comunicação da prefeitura.

Passo 3 – Desenvolver o briefing dos materiais solicitados.

Passo 4 – Autorização de criação do(s) job(s) e definição da estratégia criativa.

Passo 5 – Aprovação da EC (Estimativa de Custos), sempre buscando 3 fornecedores e também fomentando fornecedores locais que atendam a qualidade e preços propostos.

Passo 6 – Aprovação do Job (proposta criativa e custos).

Passo 7 – Definição dos veículos de comunicação e peças a serem criadas.

Passo 8 – Aprovação de PP (Pedido de Produção) e PI (Pedido de Inserção).

Passo 9 – Controle de veiculação e gestão de qualidade de produção.

Passo 10 – Análise dos resultados/ Pesquisa de satisfação.

Passo 11 – Aplicação de pesquisa de satisfação com o nosso cliente, sendo avaliados os seguintes itens: Atendimento, Criatividade, Agilidade e Satisfação Geral.

Nossos prazos para a criação de campanha, peças avulsas, produção de publicidade legal e a elaboração de plano de mídia são classificados da seguinte forma: Campanhas de pequeno-porte - até 10 peças: 02 dias úteis. Campanhas de médio-porte - de 11 a 20 peças: 03 dias úteis. Campanhas de grande-porte - acima de 20 peças: 04 dias úteis. Criação para peças avulsas: 2 horas. Produção de publicidade legal: 01 dia e elaboração do plano de mídia: 1 dia.

Estes prazos, podem ou não serem reduzidos, conforme demanda, período e especificação dos clientes. A Agência TiG tem como premissa fazer junto com o cliente um planejamento anual de suas ações, criando um calendário de datas de campanhas planejadas durante o ano. Nosso atendimento é full-time, mantendo o contato direto com o cliente através de frequência de reuniões diárias com o cliente e para que isso ocorra de forma efetiva, também usamos os recursos disponíveis via internet. Trabalhamos em um ambiente agradável, com perfil proativo, resolvendo processos e criando decisões oportunas, sempre com muita responsabilidade em atender bem e com excelência, pois exigimos muito das nossas habilidades pessoais.

Profissionalismo e eficiência são requisitos que a equipe preza. Temos o costume de desenvolver a realização do Grupo Focal, trabalho cientificamente comprovado e de uso de diversos governos para computação de dados qualitativos com relação ao desenvolvimento social e econômico. Os resultados das discussões e suas interpretações, direcionam a execução para uma comunicação muito mais objetiva e assertiva. O mercado atual exige qualidade no atendimento, suporte especializado, pesquisa pelo melhor custo e tempo de resposta eficaz, fatores primordiais e sempre observados pela nossa empresa, a qual se preocupa em aprimorar cada vez mais o desenvolvimento e eficiência dos nossos serviços, focando na qualidade de entrega. Temos sempre a prática de buscar as melhores propostas e orçamentos com os fornecedores e terceiros. Nossos clientes querem interações fáceis e eficientes.

Desenvolvemos campanhas integradas para quaisquer tipos de mídias ou aplicações, dirigidas para fins de lançamentos, promoções, pesquisas mercadológicas de satisfação,

capacitações e outras. Utilizamos recursos e ferramentas tecnológicas de última geração, baseados na pesquisa de mercado e o CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) para o planejamento e o estudo aprofundado de marcas e produtos conforme as necessidades de cada cliente, através da qualidade do nosso atendimento e do respeito aos prazos oferecidos. O que nos torna diferentes é sabermos da responsabilidade daquilo que publicamos, pois na peça exposta está a história e a vida do nosso anunciante.

Nosso perfil de trabalho é ter um bom relacionamento com fornecedores e veículos de comunicação, sempre levando em conta as técnicas como:

Target - público-alvo que o anunciante deseja atingir com sua comunicação;

Audiência - total de pessoas ou domicílios de um determinado grupo, atingidas por um veículo de comunicação;

GRP/TRP - soma bruta dos pontos de audiência ou audiência bruta acumulada;

GRP - audiência domiciliar multiplicada pelo nº de inserções;

TRP - audiência no target multiplicada pelo nº de inserções;

Alcance - número de pessoas ou domicílios diferentes expostos ao menos uma vez a um veículo ou uma combinação de veículos em um determinado período;

Frequência - número de vezes que uma pessoa ou domicílio foi exposto ou teve a oportunidade de ser exposto à mensagem em um determinado período;

CPM (custo por mil) - custo de atingir cada grupo de mil pessoas.

Estas técnicas fundamentam as distribuições das mídias, mas também levamos em consideração os fatores regionais que influenciam diretamente os hábitos de consumo de mídia. A definição e a implementação de uma campanha publicitária resulta deste planejamento estratégico, pelo qual faz parte de instrumentos que englobam o mix da comunicação, discriminando regularmente, que ficam à disposição do Município de Caçador, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

d) A Comissão Especial de Licitação poderá visitar, a qualquer momento, a Agência TiG para confirmação de suas informações.

Caçador, 07 de Janeiro de 2019.



---

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA  
CNPJ: 14.175.362/0001-28  
ALENCAR PEDRO TIEPO  
Representante Legal

