



Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 01

Total de Pontos: 68

Membro da Comissão: Caroline Santos

Assinatura: Caroline Santos

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	1. Raciocínio Básico			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 10 10	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		2. Estratégia de Comunicação Publicitária			
		a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 20 19	
		b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;			
		c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
		d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			
		3. Ideia Criativa			
		a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 25 24	
		b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;			
		c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
		d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
		e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
		f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
		4. Estratégia de Mídia e Não Mídia			
		a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	Nota máxima: 0 a 15 15	
		b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;			
		c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4			68		



Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 02

Total de Pontos: 55

Membro da Comissão: Caroline Santos

Assinatura: Caroline Santos

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA			
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	1. Raciocínio Básico				
			<p>a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;</p> <p>b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;</p> <p>c) Clareza e objetividade.</p>	<p>0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.</p>	<p>Nota Máxima: 0 a 10</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">8</p>		
			2. Estratégia de Comunicação Publicitária				
			<p>a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;</p> <p>b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;</p> <p>c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;</p> <p>d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.</p>	<p>0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.</p>	<p>Nota Máxima: 0 a 20</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">15</p>		
			3. Ideia Criativa				
			<p>a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;</p> <p>b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;</p> <p>c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;</p> <p>d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;</p> <p>e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;</p> <p>f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.</p>	<p>0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.</p>	<p>Nota Máxima: 0 a 25</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">20</p>		
			4. Estratégia de Mídia e Não Mídia				
			<p>a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;</p> <p>b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;</p> <p>c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.</p>	<p>0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.</p>	<p>Nota máxima: 0 a 15</p> <p style="text-align: center; font-size: 2em;">12</p>		
			SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4				55



Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 03

Total de Pontos: 50

Membro da Comissão: Caroline Santos

Assinatura: Caroline Santos

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA		
H	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	1. Raciocínio Básico			
			a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 10 7	
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
			c) Clareza e objetividade.			
			2. Estratégia de Comunicação Publicitária			
			a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 20 15	
			b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;			
			c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
			d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			
			3. Ideia Criativa			
			a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 25 18	
			b) Entendimento sobre o público-alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;			
			c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
			d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
			e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
			f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
			4. Estratégia de Mídia e Não Mídia			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	Nota máxima: 0 a 15 10				
b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;						
c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.						
SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4			50			

Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 04

Total de Pontos: 57

Membro da Comissão: Caroline Santos

Assinatura: Caroline Santos

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
<p>PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA</p> <p>Valor dos pontos de 0 a 70</p>	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 10 9
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 20 18
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 25 17
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	Nota máxima: 0 a 15 13	
b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;			
c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4			57



Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 05

Total de Pontos: 54

Membro da Comissão: Caroline Santos

Assinatura: Caroline Santos

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	1. Raciocínio Básico		
			a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 10 8
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
			c) Clareza e objetividade.		
			2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
			a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 20 15
			b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
			c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
			d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
			3. Ideia Criativa		
			a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 25 20
			b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
			c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
			d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
			e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
			f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
			4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
			a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	Nota máxima: 0 a 15 11
			b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		
c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.					
SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4				54	

Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 06

Total de Pontos: 70

Membro da Comissão: Caroline Jantor

Assinatura: Caroline Jantor

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	1. Raciocínio Básico			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 10 10	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		2. Estratégia de Comunicação Publicitária			
		a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 20 20	
		b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;			
		c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
		d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			
		3. Ideia Criativa			
		a) Adequação da ideia criativa oferecida ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 25 25	
		b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;			
		c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
		d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
		e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
		f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia					
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	Nota máxima: 0 a 15 15			
b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;					
c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.					
SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4			70		

Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 07

Total de Pontos: 59

Membro da Comissão: Caroline Santos

Assinatura: Caroline Santos

QUESITOS	VALOR	CRITERIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	1. Raciocínio Básico			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 10	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		9	
		c) Clareza e objetividade.			
		2. Estratégia de Comunicação Publicitária			
		a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 20	
		b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		17	
		c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
		d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			
		3. Ideia Criativa			
		a) Adequação da ideia criativa oferecida ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 25	
		b) Entendimento sobre o público a vo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		19	
		c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
		d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
		e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
		f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
		4. Estratégia de Mídia e Não Mídia			
		a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	Nota máxima: 0 a 15	
		b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		14	
		c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4				59	

Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 08

Total de Pontos: 42

Membro da Comissão: Caroline Santos

Assinatura: Caroline Santos

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	1. Raciocínio Básico			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 10	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		6	
		c) Clareza e objetividade.			
		2. Estratégia de Comunicação Publicitária			
		a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 20	
		b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		11	
		c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
		d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			
		3. Ideia Criativa			
		a) Adequação da ideia criativa oferecida ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 25	
		b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		16	
		c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
		d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
		e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
		f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
		4. Estratégia de Mídia e Não Mídia			
		a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	Nota máxima: 0 a 15	
		b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		9	
		c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4				42	

Licitação Publicidade CDHU - Concorrência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 09

Total de Pontos: 60

Membro da Comissão: Caroline Santos

Assinatura: Caroline Santos

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	1. Raciocínio Básico			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 10	9
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		2. Estratégia de Comunicação Publicitária			
		a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 20	17
		b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;			
		c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
		d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			
		3. Ideia Criativa			
		a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.	Nota Máxima: 0 a 25	21
		b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;			
		c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
		d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
		e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
		f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
		4. Estratégia de Mídia e Não Mídia			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	Nota máxima: 0 a 15	13		
b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;					
c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.					
SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4				60	