

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

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

Licitante: 01

Total de Pontos: 65

Membro da Comissão: Jancho Zanetti

Assinatura: Jancho Zanetti

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>		
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco;	9
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;	4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem;	
		c) Clareza e objetividade.	9 a 10 – atende com excelência.	
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>		
		a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco;	18
		b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;	4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente;	
		c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;	10 a 13 – atende relativamente bem;	
		d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.	14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência.	
		<b>3. Ideia Criativa</b>		
		a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco;	24
		b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;	7 a 10 – atende pouco	
		c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;	11 a 14 – atende medianamente;	
		d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;	15 a 18 – atende relativamente bem;	
		e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;	19 a 21 – atende bem;	
		f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.	22 a 25 – atende com excelência.	
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>		
		a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco;	14
		b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente;	
		c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.	10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência.	
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>			<b>65</b>	

Licitação Publicidade CDHU - Concorência nº 150/18 - Processo Geral nº 10.43.150  
 Avaliação de Proposta Técnica \* VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 02

Total de Pontos: 52

Membro da Comissão: Jandira Zanetti

Assinatura: Jandira Zanetti

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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.	7	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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.	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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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.	19	
		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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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.	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.			
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>			<b>52</b>		



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: 48

Membro da Comissão: Jandira Zanetti

Assinatura: [Assinatura]

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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>7</b>	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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>14</b>	
		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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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  <b>18</b>	
		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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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>9</b>	
		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.			
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>			<b>48</b>		

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

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

Licitante: 04

Total de Pontos: 56

Membro da Comissão: Jandira Zanetti

Assinatura: Jandira Zanetti

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>		
	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 cortadas no Anexo I;		<b>8</b>
	c) Clareza e objetividade.		
	<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>		
	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;		<b>18</b>
	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.		
	<b>3. Ideia Criativa</b>		
	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
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		<b>17</b>
	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.		
	<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>		
	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;		<b>13</b>
	c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>			<b>56</b>



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: 50

Membro da Comissão: Jancho Zanetti

Assinatura: Jancho Zanetti

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA			
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>				
			<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;">7</p>		
			<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>				
			<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;">14</p>		
			<b>3. Ideia Criativa</b>				
			<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;">18</p>		
			<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>				
			<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;">11</p>		
			<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				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: 06

Total de Pontos: 67

Membro da Comissão: Jandira Zanetti

Assinatura: Jandira Zanetti

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA		
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
			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>10</b>	
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
			c) Clareza e objetividade.			
					<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>	
			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>19</b>	
			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.			
					<b>3. Ideia Criativa</b>	
			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  <b>24</b>	
			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.			
					<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>	
			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>14</b>	
			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.			
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>			<b>67</b>			

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: 56

Membro da Comissão: Bianca Zanetti

Assinatura: [assinatura]

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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  16	
		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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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  19	
		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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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.			
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>				56	

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: 39

Membro da Comissão: Jandira Zanetti

Assinatura: Jandira Zanetti

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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.	5	Nota Máxima: 0 a 10
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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.	10	Nota Máxima: 0 a 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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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.	15	Nota Máxima: 0 a 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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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.	9	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;			
c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.					
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>				<b>39</b>	



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

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

Licitante: 09

Total de Pontos: 58

Membro da Comissão: Jandira Zanetta

Assinatura: Jandira Zanetta

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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.	8	Nota Máxima: 0 a 10
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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.	17	Nota Máxima: 0 a 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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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.	20	Nota Máxima: 0 a 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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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.	13	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;			
		c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>				<b>58</b>	