

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "EU FAÇO POR SÃO PAULO"

QUESITO - 1	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;			
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	08	08	09
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I.			
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;	17	17	18
d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos			

demonstrados sobre o cliente, seu público ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	21	21	23
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	09	09	09

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	55	55	59
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	56,33		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: 1150A VEL, S/A VOZ

QUESITO - 1	AVALIADOR	AVALIADOR	AVALIADOR
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)	01	02	03
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	08	08	08
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I. 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	17	15	16

demonstrados sobre o cliente, seu público ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	21	21	21
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	11	11	11

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	57	55	56
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	56		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante:

VMOS PAZER ACONTECER^v

QUESITO - 1	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;			
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	08	08	09
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I.			
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;	15	15	16
d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos			

demonstrados sobre o cliente, seu público ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	20	20	21
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	08	07	08

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	51	50	54
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	51,66		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: AGORA SÓ FALTA VOCE

QUESITO - 1	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	08	08	08
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade			
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I.			
b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;	18	18	18
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 ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	22	23	22
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	12	13	13

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	60	62	61
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	61		

f

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: 15VA OPIMÃO AQUI TEM VALOR

QUESITO - 1	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	07	07	08
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade			
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I.			
b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;	16	16	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 ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	18	18	18
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	09	08	08

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	50	49	51
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	50		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: AQUI SUA VOZ TEM FORÇA.

QUESITO - 1	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;			
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	09	09	09
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I.			
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;	18	18	18
d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos			

demonstrados sobre o cliente, seu público ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	23	22	23
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	14	14	14

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	64	63	64
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	63,66		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: LSA VOZ PAZ SÃO PAULO AVANÇAR

QUESITO - 1	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	08	08	08
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade			
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I.			
b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;	16	16	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 ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	20	20	21
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	09	09	10

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	53	53	56
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	54		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "TODAS AS VOZES DE TODOS OS CANTOS"

QUESITO - 1	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	09	09	09
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade			
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I.			
b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;	18	18	18
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 ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	21	22	21
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	13	13	14

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	61	62	62
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	61,66		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 1
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "SIM, VOCE PODE"

QUESITO - 1	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
I - Raciocínio Básico (Máximo 10 pontos)			
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;			
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	08	08	08
II - Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)			
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I.			
b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;	15	15	15
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 ativo e a solução escolhida.			
III - Ideia Criativa (máximo 25 pontos)			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	18	19	20
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 15 pontos)			
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;	10	10	10

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			
--	--	--	--

PONTUAÇÃO DO QUESITO 1	52	52	54
NOTA MÉDIA DO QUESITO 1	52,66		

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: 11AQUI SUA VOZ TEM FORÇA" ENVELOPE (A)

Avaliador 01, 02 ou 03: 01

Visto: _____

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	09
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	18
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	23

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "VAMOS FAZER Acontecer" Envelope ③

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: _____

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	08
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	20
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	08

TOTAL QUESITO 1	51
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

BOM CONCEITO, MAS AS EXECUÇÕES "ALL TYPE" ESTÃO CONFUSAS.
A RECOMENDAÇÃO DE MÍDIA É FALHA: UM INVESTIMENTO DE 49% DA VERBA EM TV ABERTA COM FILMES DE 30' (NÃO EXEMPLIFICADOS), É TEMPO INSUFICIENTE PARA PASSAR A MENSAGEM/ COMUNICAÇÃO DESEJADA.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "AGORA SÓ FALTA VOCE" ENVELOPE (C)

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: _____

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	08
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	22
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	12

TOTAL QUESITO 1	58 60
------------------------	------------------

JUSTIFICATIVAS:

BOA EXECUÇÃO DA CAMPANHA. DE FACIL ENTENDIMENTO E GRANDE IMPACTO.
PLANO DE MÍDIA BEM DISTRIBUÍDO ENTRE OS MÉTODOS E VEÍCULOS CONTEMPLANDO COBERTURAS REGIONAIS (ESTADOS) E LOCAIS (CIDADE A CIDADE)
BOA ESTRATÉGIA NO USO DOS RECURSOS PRÓPRIOS, PRINCIPALMENTE AS REDES SOCIAIS.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "Sim, voce pode" Envelope (D)

Avaliador 01, 02 ou 03: 01

Visto: [assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	08
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	19
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	10

TOTAL QUESITO 1	52
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

BOA EXECUÇÃO, MAS FALTA UNIDADE VISUAL,
PRINCIPALMENTE NO APP.
DISTRIBUIÇÃO DESPROPORCIONAL DA VERBA DE MÍDIA
NÃO CORRESPONDENDO AOS PESOS DE COBERTURA
E AUDIÊNCIA DOS MEIOS E VEÍCULOS

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "TODAS AS VOZES DE TODOS OS CANTOS" ENDELOX (E)

Avaliador 01, 02 ou 03 J 01

Visto: _____

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	09
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	21
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	13

TOTAL QUESITO 1	62
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

BOM ENTENDIMENTO DO BRIEFING E MUITA CLAREZA NA MENSAGEM
IDEIA CRIATIVA ATRAENTE
UNIDADE VISUAL E DE LINGUAGEM EM TODA A COMUNICAÇÃO.

BOA UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS INTERNOS DA AESP.
BOA SINERGIA DAS INICIATIVAS DE COBERTURA REGIONAL (ESTAD.) E LOCAL (CIDADES).

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: 15ª Opinião "Aqui tem valor" envelope (F)

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	07
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	18
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	09

TOTAL QUESITO 1	50
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

CAMPANHA QUOCO HUMANIZADA, COM CONEITOS CONFUSOS
"ESTA FALTANDO ALGUÉM AQUI" X "SUA OPINIÃO AQUI
TEM VALOR".

FALTAM DÉCIS E PLANEJAMENTO EM TODAS AS
PROFAS. SO FOI CONTEMPLADA A DE CAMPINAS

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "SUA VOZ FAZ SÃO PAULO AVANÇAR" Envelope (6)

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: _____

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	08
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	20
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	09

TOTAL QUESITO 1	53
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

CAMPANHA BEM ESTRUTURADA, MAS FALTA UM "CALL TO ACTION" MAIS CLARO.

FORAM SELECIONADOS VEÍCULOS E MEIOS MUITO SEGMENTADOS (REVISTA GOL, TV POR ASSINATURA) COM BAIXA PENETRAÇÃO NO TARGO SELECIONADO, COMO OBJETIVO

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "SUA VEZ, SUA Voz" Envelope nº (4)

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: _____

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	08
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	23
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	11

TOTAL QUESITO 1	67
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

CONCEITO MUITO BOM E CLARO, MAS
 FALTAM INFORMAÇÕES MAIS DIDÁTICAS DE
 COMO PARTICIPAR.
 NA MÍDIA, ALTA CONCENTRAÇÃO DE INVESTIMENTOS
 NUM SS "PLAYER" (Globe e Gbbs.com).

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "EU PAO POR SÃO PAULO" Invelope (I)

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	08
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	17
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	21

IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	09

TOTAL QUESITO 1	55
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

CONCEITO SIMPLES E DIRETO, MAS FALTOU TANTO NA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO COMO NA DE MÍDIA ABALDOES LOCAIS CIDADÃO A CIDADÃO.

Envelope
(A)

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: " AQUI SUA VOZ TEM FORÇA "

Avaliador 01, 02 ou 03: 02

Visto: *[assinatura]*

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	9
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	18
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	22

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	14

TOTAL QUESITO 1	63
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

Conceito fácil de ser compreendido e bastante direto.

Demonstrou efetiva economicidade na solução do desafio, conjugando-a com adequação e otimização de seu aproveitamento e eficácia.

envelope
②

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: VAMOS FAZER ACONTECER

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: *[assinatura]*

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	8
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	20
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	7

TOTAL QUESITO 1	50
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

Booneito bom .
 Na questão estratégica de mídia informam que a TV aberta não é o principal veículo da companhia, no entanto, apontam apenas 10" para apresentações de peças neste veículo.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Envelope
 (C)

Identificação da Licitante: AGORA SÓ FALTA VOCÊ

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	8
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	18
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	23

IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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. 	13

TOTAL QUESITO 1	<i>60 62</i>
------------------------	--------------

JUSTIFICATIVAS:

Conceitos claros e precisos.

*Plano de mídia contemplando canais e estímulos,
Combinando mídia tradicional e digital, otimizando o recurso próprio.*

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

60/10/2014
⑤

Identificação da Licitante: SIM, VOCÊ PODE

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	8
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	15
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	19

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	10

TOTAL QUESITO 1	52
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

conceito bom
 A comunicação visual não tem boa coesão, prejudicando a estética.
 A verba de mídia não está bem distribuída.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Exceleste
 (E)

Identificação da Licitante: TODAS AS VOZES DE TODOS OS CANTOS

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: *Juba*

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	9
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	22
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	13

TOTAL QUESITO 1	62
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

Conceito preciso e direto.
 Aproveito bem os recursos da própria Akers.
 Boa unidade visual e de linguagem.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Emenda
F

Identificação da Licitante: SUA OPINIÃO AQUI TEM VALOR

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: *MLA*

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	7
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	18
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	8

TOTAL QUESITO 1	49
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

conceito confuso.

Planejamento pobre. Faltam peças

Consultor
(6)

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "SUA VOZ FAZ SÃO PAULO AVANÇAR"

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	8
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	16
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	20

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	9

TOTAL QUESITO 1	63
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

conceito muito bom

Veículos selecionados com boa penetração

concluído
(1)

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: SUA VEZ, SUA VOZ

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: 

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	8
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	15
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	21

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	11

TOTAL QUESITO 1	53
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

Conceito bom e preciso.

Muito investimento concentrado em um só "player".

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

enclosure
(3)

Identificação da Licitante: EU FALO POR SÃO PAULO

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: *[assinatura]*

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	08
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	17
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	21

	PONTUAÇÃO
IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	9

TOTAL QUESITO 1	55
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

*Conceto preciso e claro.
 Falta em indicar as ações locais (endógenas) na estratégia de comunicação e na de mídia.*

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "AQUI SUA VOZ TEM FORÇA" (A)

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	9
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	18
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	23

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	14

TOTAL QUESITO 1	64
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

O CONCEITO ESTÁ CLARO E PERTINENTE AO TEMA. A IDEIA CRIATIVA UTILIZANDO O MAPA DE SÃO PAULO COMO BALÃO DE FALA TRANSMITE ADEQUAÇÃO E OBJETIVIDADE EM SUA COMUNICAÇÃO.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA ATINGE OS OBJETIVOS ADEQUADAMENTE.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "VAMOS FAZER ACONTECER" (B)

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: D

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	9
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	16
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	21

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	8

TOTAL QUESITO 1	54
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

O CONCEITO ESTÁ CLARO, MAS ALGUMAS PEÇAS ESTÃO POUCO ATRATIVAS. PODERIA TER EXPLORADO O CONTEÚDO DE MANEIRA MAIS EXPLICATIVA.

PLANEJAMENTO DE MÍDIA POUCO DETALHADO NO QUE SE REFERE À TV ABERTA.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "AGORA SÓ FALTA VOCÊ" ©

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	8
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	22
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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. 	13

TOTAL QUESITO 1	61
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

A IDEIA É ATRATIVA AO PÚBLICO. O USO DE IMAGENS DAS CIDADES ONDE IRÃO ACONTECER AS AUDIÊNCIAS TRAZ ADEQUAÇÃO À PROPOSTA.

AS SOLUÇÕES DE MÍDIA APRESENTADAS ATINGEM OS OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO COM BOA COBERTURA, TANTO NO ESTADO, COMO NAS REGIÕES ESPECÍFICAS.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "SIM, VOCÊ PODE" ①

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	8
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	16
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	20

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	10

TOTAL QUESITO 1	54
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

CONCEITO ADEQUADO À COMUNICAÇÃO. O LAYOUT PARA O APLICATIVO DESTA DO RESTANTE DAS REGRAS, NÃO POSSUINDO UMA IDENTIDADE VISUAL.

A ESTRATÉGIA DE MÍDIA NÃO APRESENTOU SOLUÇÃO EFICIENTE, COM UMA DISTRIBUIÇÃO DESPROPORCIONAL DE VERBA.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "TODAS AS VOZES, DE TODOS OS CRIANÇAS"

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: 

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	9
b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	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 ativo e a solução escolhida.	
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	21
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP;	
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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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. 	14

TOTAL QUESITO 1	62
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

A CRIAÇÃO ATENDE O OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO DE FORMA CLARA E EFICIENTE.

PLANEJAMENTO DE MÍDIA VIABILIZA DE FORMA EFETIVA A DIVULGAÇÃO DA CAMPANHA, ATINGINDO SEU PÚBLICO ALVO, TANTO NO ESTADO, COMO NAS REGIÕES.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "SUA OPINIÃO AQUI TEM VALOR" (F)

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	8
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	17
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	18

	PONTUAÇÃO
IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	8

TOTAL QUESITO 1	51
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

O CONCEITO APRESENTADO NOS DEIXA NA DÚVIDA QUANTO AO SEU SLOGAN
 - ESTÁ FALTANDO ALGUÉM: VOCÊ
 OU
 - SUA OPINIÃO AQUI TEM VALOR.

A ESTRATÉGIA DE MÍDIA APRESENTADA CONTEMPLA APENAS A REGIÃO DE CAMPINAS.
 FALTOU O PLANEJAMENTO DAS OUTRAS REGIÕES, 21 NO TOTAL.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "SUA VOZ FAZ SÃO PAULO AVANÇAR" @

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: *D*

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
<ul style="list-style-type: none"> a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade 	<i>8</i>
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
<ul style="list-style-type: none"> a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida. 	<i>17</i>
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
<ul style="list-style-type: none"> a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas. 	<i>21</i>

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	30

TOTAL QUESITO 1	56
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

CAMPANHA BEM EXECUTADA.
A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO
PODERIA SER MAIS EFICAZ, COM
ARGUMENTOS QUE DESPERTASSEM
NO PÚBLICO A VONTADE DE
PARTICIPAÇÃO.

A ESTRATÉGIA DE MÍDIA APRESENTADA
É MAIS SEGMENTADA, NÃO ATINGINDO
DE FORMA EFICAZ O PÚBLICO-ALVO.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "SUA VEZ, SUA VOZ" (H)

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	8
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	16
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	21

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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.	11

TOTAL QUESITO 1	56
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

O CONCEITO ESTÁ CLARO E DIRETO, MAS POUCO IMPACTANTE.

A CAMPANHA DE MÍDIA SÓ CONTEMPLA NA PRIMEIRA SEMANA AS SEIS PRINCIPAIS EMISSORAS DE TV.
NUM SEGUNDO MOMENTO, REGIONALMENTE, SÓ A GLOBO É CONTEMPLADA.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO I
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - MÁXIMO 70 PONTOS

Identificação da Licitante: "EU FALO POR SÃO PAULO" (1)

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO
I - Raciocínio Básico (De 0 a 10 pontos)	
a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade	9
II - Estratégia de Comunicação Publicidade (de 0 a 20 pontos)	
a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; 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 ativo e a solução escolhida.	18
III - Ideia Criativa (de 0 a 25 pontos)	
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações da ALESP; 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; clareza e objetividade das soluções apresentadas.	23

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia (de 0 a 15 pontos)	PONTUAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; 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. 	9

TOTAL QUESITO 1	59
------------------------	----

JUSTIFICATIVAS:

ESTA PROPOSTA TRAZ UM CONCEITO OBJETIVO, COM BOA EXECUÇÃO. O HOTSITE DESENVOLVIDO COM OS ÍCONES DOS TEMAS A SEREM TRATADOS, ATENDEM OS OBJETIVOS PROPOSTOS NO BRIEFING.

O PLANO DE MÍDIA NÃO CONTEMPLA AS REGIÕES ABRANGIDAS.

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Te Berto Propaganda

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	01	02	02
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	04	04	04
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	01	02	02
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	03	03
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02	02	02
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2	11	13	13
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	12,33		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: De Brito Papasanda.

QUESITO - 3	AVALIADOR	AVALIADOR	AVALIADOR
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)	01	02	03
Repertório - De 0 a 5 pontos.	02	03	03
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	08	08	08
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	10	11	11
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	10,66		

NOTA TOTAL DA LICITANTE -	22,99
----------------------------------	-------

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante:

Babel Publicidade

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	01	02	01
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	04	05	05
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	01	02	02
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	03	03
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02	03	03
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2	11	15	14
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	13,33		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Babel Publicidade

QUESITO - 3	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)			
Repertório - De 0 a 5 pontos.	02	03	03
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07	07	07
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	09	10	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	9,66		

NOTA TOTAL DA LICITANTE - 22,99

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante:

Hold Comunicação

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	01	01	01
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	04	04	04
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	02	02	02
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	03	03
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03	02	02
	13	12	12
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2			
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	12,33		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante:

Hold comunicações

QUESITO - 3	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)			
Repertório - De 0 a 5 pontos.	05	03	03
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	08	07	07
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	13	10	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	11		

NOTA TOTAL DA LICITANTE -

23,33

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	01	01	01
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	04	04	04
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	02	02	02
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	03	03
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	01	01	01
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2	11	11	11
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	11		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA.

QUESITO - 3	AVALIADOR	AVALIADOR	AVALIADOR
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)	01	02	03
Repertório - De 0 a 5 pontos.	03	03	03
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	06	06	06
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	09	09	09
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	09		

NOTA TOTAL DA LICITANTE - 20

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Gotcha Comunic e Pratic.

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	02	01	01
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	04	05	05
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	02	02	02
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	03	03
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02	03	03
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2	13	14	14
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	13,66		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Gotcha Comunic e Partic.

QUESITO - 3	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)			
Repertório - De 0 a 5 pontos.	03	04	04
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	06	07	07
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	09	11	11
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	10,33		

NOTA TOTAL DA LICITANTE - 23,99

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: VERSA DE COMUNICAÇÃO e MKT

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	01	02	02
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	03	04	04
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	02	01	01
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	02	02
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02	02	02
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2	11	11	11
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	11		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: VERSO DE COMUNICAÇÃO E MKT

QUESITO - 3	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)			
Repertório - De 0 a 5 pontos.	03	05	05
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	06	08	08
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	09	13	13
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	11,66		

NOTA TOTAL DA LICITANTE - 22,66

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: CCSP-CIA DE COMUNICAÇÃO e PUBLICIDADE

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	01	02	02
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	05	05	05
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	01	02	02
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	03	03
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03	02	02
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2	13	14	14
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	13,66		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: CCSP CIA DE COMUNICAÇÃO e Publicidade

QUESITO - 3	AVALIADOR	AVALIADOR	AVALIADOR
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)	01	02	03
Repertório - De 0 a 5 pontos.	04	04	04
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	09	09	09
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	13	13	13
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	13		

NOTA TOTAL DA LICITANTE -

26,66

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante:

OCTUPUS COMUNICAÇÃO

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	01	01	01
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	03	03	03
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	01	01	01
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	03	03
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02	02	02
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2	10	10	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	10		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: OCTUPUS COMUNICAÇÃO

QUESITO - 3	AVALIADOR	AVALIADOR	AVALIADOR
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)	01	02	03
Repertório - De 0 a 5 pontos.	03	03	03
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07	07	07
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	10	10	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	10		

NOTA TOTAL DA LICITANTE -	20
----------------------------------	----

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante:

IN TIME COMUNICAÇÕES

QUESITO -2	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)			
Principais Clientes - De 0 a 2 pontos.	01	01	01
Qualificação técnica da equipe de profissionais - De 0 a 5 pontos.	04	04	04
Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais - De 0 a 2 pontos.	01	01	01
Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA - De 0 a 3 pontos.	03	03	03
Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	01	01	01
PONTUAÇÃO DO QUESITO 2	10	10	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO 2	10		

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: IN TIME COMUNICAÇÃO

QUESITO - 3	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Experiência da Empresa (Máximo 15 pontos)			
Repertório - De 0 a 5 pontos.	03	03	03
Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07	07	07
PONTUAÇÃO DO QUESITO 3	10	10	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO 3	10		


NOTA TOTAL DA LICITANTE -

20

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: De Brito Propaganda

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	11
Justificativas:	
Boa equipe e recursos.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: De Brito Proposenda

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	02
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	08
TOTAL QUESITO 3	
10	
Justificativas:	
Cases muito simples. Repertório mesmo.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: DE BRITO

Avaliador 01, 02 ou 03 02

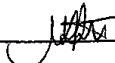
Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	02
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	13
Justificativas: <i>Boa equipe técnica</i> <i>Boa estrutura física</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA - MÁXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: DE BRITO

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	08
TOTAL QUESITO 3	
11	
Justificativas: <i>Locampantoz medionoz.</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: DE BRITO
 Avaliador 01, 02 ou 03 03
 Visto: [assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	02
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	13
Justificativas: EQUIPE QUALIFICADA, BOA ESTRUTURA FÍSICA.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: DE BRITO

Avaliador 01, 02 ou 03 03


Visto: [assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	08
TOTAL QUESITO 3	11
Justificativas: CAMPAÑHAS MEDICINAIS	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: IN Time Comunicação

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	01
TOTAL QUESITO 2	10
Justificativas:	
<p align="center">POUCA INFORMACAO E PESQUISA DE MIDIA.</p>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: IU TIME COMUNICAÇÃO

Avaliador 01, 02 ou 03: 01

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
10	
Justificativas:	
<p>Bom repertório, mas casos Ativos Apenas.</p>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: IN TIME

Avaliador 01, 02 ou 03 02

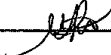
Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03
TOTAL QUESITO 2	10
Justificativas:	
Poucas ferramentas de pesquisa de mídia.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA - MÁXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: IN TIME

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
10	
Justificativas: Relatos de soluções de problemas razoáveis.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: IN TIME COMUNICAÇÃO

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 – Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 – Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	01
TOTAL QUESITO 2	10
Justificativas: <u>POUCOS FERRAMENTAS DE PESQUISA DE MÍDIA</u>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: IN TIME COMUNICACAO

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
Justificativas: <u>RELATO DE SOLUCOES DE PROBLEMAS REZOAVEIS.</u>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: OCTUPUS COMUNICAÇÃO

Avaliador 01, 02 ou 03: 01

Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	03
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	10
Justificativas: Descrição Genérica de Recursos de Pesquisa - time de profissionais muito reduzido.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: OCTUPUS COMUNICAÇÃO

Avaliador 01, 02 ou 03 01

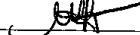
Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
10	
Justificativas:	
<p><i>CRAGA simples e resultados mediano.</i></p>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: OCTOPUS

Avaliador 01, 02 ou 03 02

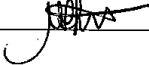
Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	03
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	10
Justificativas: Estrutura física mediana Equipe reduzida. Recursos para pesquisa pouco detalhados.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: OCTOPUS

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
10	
Justificativas: <i>campanhas mediônicas</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: OCTOPUS

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	03
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	10
Justificativas: EQUIPE REDUZIDA DE PROFISSIONAIS RECURSOS DE PESQUISA BÁSICO.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: OCTOPUS

Avaliador 01, 02 ou 03 03


Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3		
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)		
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.		03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.		07
TOTAL QUESITO 3		10
Justificativas: COMPANHIA E RESULTADOS MEDIANOS		

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: CCJP - CIA de Comunicação e Publicidade

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	05
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03
TOTAL QUESITO 2	13
Justificativas:	
<p>Agência bem equipada com bons equipamentos e quantidade de recursos. Profissionais muito qualificados, com longa experiência</p>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: CCSP Cia de Comunicação e Publicidade

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	09
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	09
TOTAL QUESITO 3	
13	
Justificativas: Campanhas efetivas com excelentes resultados que demonstram muita experiência no atendimento de centros públicos e educativos.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: CC&P (cia de comunicações e publicidade)

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	02
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	5
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	14
Justificativas: Boa estrutura. Boa quantidade e qualidade de equipamentos Boa qualificação da equipe técnica	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA - MÁXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: CCSP (Cia de Comunicação e Publicidade)

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	04
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	09
TOTAL QUESITO 3	13
Justificativas: Experiência em contas públicas e material com temas diversos. As companhias demonstram boa associação entre objetivos e resultados finais.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: CCCP - CIA DE COMUNICACAO E PUBLICIDADE
 Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	02
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	05
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	14
Justificativas: BOA ESTRUTURA, QUANTIDADE E RECURSOS MATERIAIS. PROFISSIONAIS QUALIFICADOS E EXPERIENTES	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: CCBP - CIA DE COMUNICACAO E PUBLICIDADE

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	04
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	09
TOTAL QUESITO 3	
13	
Justificativas: <i>DEMONSTRAM EXPERIÊNCIA EM CONTAS PÚBLICAS, COM ÓTIMOS RESULTADOS.</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: VERSÃO De Comunicação e Marketing

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: _____


QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	03
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	11
Justificativas: Bem instalados, boa qualificação. Ferramentas limitadas.	

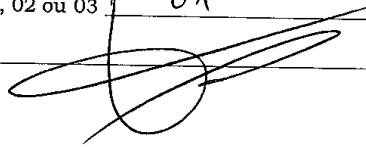
PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: VERSA BR COMUNICAÇÃO E MARKETING

Avaliador 01, 02 ou 03

01

Visto:



QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	06
TOTAL QUESITO 3	
09	
Justificativas:	
concentrada em contas publicas. Resultados medidos ou pouco quantificados.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: VERSÃO. BJR

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	02
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	02
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	11
Justificativas: Bom portfólio Campanhas bem elaboradas. Arrecamentos limitados.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: VERSAO . BR

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	05
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	08
TOTAL QUESITO 3	
13	
Justificativas: <i>Repertório criativo e componentes bem elaborados. Experiência com contratos públicos</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: VERSÃO: BR

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	02
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	02
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	11
Justificativas: FERROMENÇAS LIMITADAS BOA EQUIPE TÉCNICA	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: VERSO.BR

Avaliador 01, 02 ou 03 03


Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	5
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	8
TOTAL QUESITO 3	
13	
Justificativas: REPERTÓRIO CRIATIVO, CAMPANHAS BEM ELABORADAS. EXPERIÊNCIA EM CONTAS PÚBLICAS.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: GOTCHA COMUNIC. e PARTICIP.

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	02
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 – Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 – Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	13
Justificativas: <u>Bom instalados, boa qualificação profissional. boas ferramentas e informações.</u>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Gotcha Comunicação e Part. P.

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	06
TOTAL QUESITO 3	
09	
Justificativas: <u>Bom repertório e mediano relato de soluções de problemas e resultados.</u>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: GOTCHA

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	05
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03
TOTAL QUESITO 2	14
Justificativas: Boa estrutura Profissionais qualificados Boas ferramentas	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: GOTCHA

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	04
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
11	
Justificativas: <i>Repertório regular Soluções de problemas de comunicação regular.</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: GOTCHA

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	05
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03
TOTAL QUESITO 2	14
Justificativas: BOA INFRAESTRUTURA, COM PROFISSIONAIS QUALIFICADOS. BOA DISCRIMINAÇÃO DAS FERRAMENTAS.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: GOACHA

Avaliador 01, 02 ou 03 03


Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	04
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
11	
Justificativas: <i>REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÃO REGULAR</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

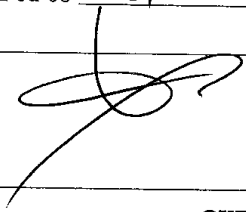
QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	01
TOTAL QUESITO 2	11
Justificativas:	
<p align="center">Deu infraestrutura e profissionais experientes.</p>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA - MÁXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: _____



QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	06
TOTAL QUESITO 3	
09	
Justificativas:	
criação mediana e clientes limitados.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: E3

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	06
TOTAL QUESITO 3	
09	
Justificativas: <i>campanhas regionais.</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	01
TOTAL QUESITO 2	11
Justificativas:	
EQUIPE CAPACITADA, COM BOA ESTRUTURA.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: E3- COMUNICACAO INTEGRADA

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	06
TOTAL QUESITO 3	
09	
Justificativas: <u>REPERTÓRIO MEDIANO</u>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: HOLD COMUNICAÇÃO

Avaliador 01, 02 ou 03: 01

Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03
TOTAL QUESITO 2	13
Justificativas: Das instalações e boas qualificações dos profissionais. Bem equipados com ferramentas de pesquisas e mídia.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Hold COMUNICAÇÃO

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	05
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	08
TOTAL QUESITO 3	
13	
Justificativas: Bons casos de clientes da mídia privada PRIVADA e públicos. Muito bons resultados de campanhas. com métricas definidas.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: HOLD comunicacões
 Avaliador 01, 02 ou 03 02
 Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	12
Justificativas: <i>boa estrutura e bons profissionais.</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: HOLD comunicacões

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
10	
Justificativas: <i>Experiência em centros públicos e privados bons resultados de companhias.</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: HOLD COMUNICAÇÃO

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 – Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 – Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	12
Justificativas: <i>BOA INFRAESTRUTURA, COM BONS PROFISSIONAIS QUALIFICADOS</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA - MÁXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: HOLD COMUNICAÇÃO

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	<u>03</u>
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	<u>07</u>
TOTAL QUESITO 3	
<u>10</u>	
Justificativas: <u>EXPERIÊNCIA EM CONTRATOS PÚBLICOS E PRIVADOS.</u> <u>BONS RESULTADOS DE COMUNICAÇÃO</u>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Babel Publicidade

Avaliador 01, 02 ou 03 01


Visto: 

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	04
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	01
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	02
TOTAL QUESITO 2	11
Justificativas: Das infra-estruturas a qualificação profissional.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: BARCEL Publicidade.

Avaliador 01, 02 ou 03 01

Visto: 

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	02
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
09	
Justificativas: Lista de clientes limitada e pouco report sobre resultados efetivos de vendas.	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Babel Publicidade

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	02
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	05
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03
TOTAL QUESITO 2	15
Justificativas: <i>Picos publicitários muito bem feitos.</i> <i>Boa estrutura física.</i> <i>Boa equipe técnica.</i>	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: Babel Publicidade

Avaliador 01, 02 ou 03 02

Visto: [assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
	10.
TOTAL QUESITO 3	

Justificativas:
O portfólio apresenta pouca variedade de clientes.

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 2
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO- MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: BABEL PUBLICIDADE

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 2	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento (Máximo 15 pontos)	
1 - Principais Clientes: a) porte, tradição e conceito dos clientes atuais do licitante; b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade. De 0 a 02 pontos	01
2 - Qualificação técnica da equipe de profissionais: - De 0 a 5 pontos.	05
3 - Estrutura Física - instalações, infraestrutura e recursos materiais- De 0 a 2 pontos.	02
4 - Sistemática do relacionamento entre o DECOM e a CONTRATADA: De 0 a 3 pontos.	03
5 - Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência; auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas - De 0 a 3 pontos.	03
TOTAL QUESITO 2	14
Justificativas: BOA ESTRUTURA FISICA EQUIPE QUALIFICADA	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO
QUESITO 3
EXPERIENCIA DA EMPRESA - MAXIMO 15 PONTOS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES SOBRE A PROPONENTE

Identificação da Licitante: BABEL PUBLICIDADE

Avaliador 01, 02 ou 03 03

Visto: [Assinatura]

QUESITO - 3	
EXPERIÊNCIA DA EMPRESA (máximo de 15 pontos)	
1 - Repertório - De 0 a 5 pontos.	03
2 - Relato de Solução de Problemas de Comunicação - De 0 a 10 pontos.	07
TOTAL QUESITO 3	
10	
Justificativas: LISTA DE CLIENTES LIMITADA	