

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 01

Total de Pontos: 50,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA			
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico				
			a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	8		
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;				
			c) Clareza e objetividade.				
					2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
			a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	14		
			b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;				
			c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;				
			d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.				
					3. Ideia Criativa		
			a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	17		
			b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;				
			c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;				
			d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;				
			e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;				
			f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.				
					4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
			a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	11		
			b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;				
			c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.				

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 02

Total de Pontos: 52,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	9
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	15
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	18
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	10
	b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		
	c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 03

Total de Pontos: 63,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	10
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	18
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	22
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	13
	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.		

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 04

Total de Pontos: 47,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	8
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	14
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	15
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	10
	b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		
	c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		

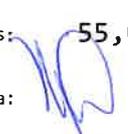
LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 05

Total de Pontos: 55,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
			a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	11
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
			c) Clareza e objetividade.		
			2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
			a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	14
			b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
			c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
			d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
			3. Ideia Criativa		
			a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	18
			b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
			c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
			d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
			e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
			f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
			4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
			a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	12
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.					

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 06

Total de Pontos: 46,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
			a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	8
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
			c) Clareza e objetividade.		
			2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
			a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	13
			b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
			c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
			d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
			3. Ideia Criativa		
			a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	15
			b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
			c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
			d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
			e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
			f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
			4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
			a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	10
b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;					
c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.					

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 07

Total de Pontos: 61,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS	- VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA			
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico				
			a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	10		
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;				
			c) Clareza e objetividade.				
					2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
			a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	17		
			b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;				
			c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;				
			d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.				
					3. Ideia Criativa		
			a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	21		
			b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;				
			c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;				
			d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;				
			e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;				
			f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.				
					4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
			a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	13		
			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.				



LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 08

Total de Pontos: 51,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura:

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	8
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	15
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	18
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	10
	b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		
	c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		



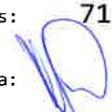
LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 09

Total de Pontos: 71,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	12
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	20
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	24
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	15
	b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		
	c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 10

Total de Pontos: 55,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	12
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	14
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	18
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	11
	b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		
	c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 11

Total de Pontos: 48,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	8
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	14
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	16
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	10
	b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		
	c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 12

Total de Pontos: 42,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS	- VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA		
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico			
			a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	7	
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
			c) Clareza e objetividade.			
					2. Estratégia de Comunicação Publicitária	
			a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	12	
			b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;			
			c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
			d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			
					3. Ideia Criativa	
			a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	15	
			b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;			
			c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
			d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
			e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
			f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
					4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	
			a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	8	
			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.			

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 13

Total de Pontos: 57,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

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

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 14

Total de Pontos: 44,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	1. Raciocínio Básico		
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; c) Clareza e objetividade.	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	7
		2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
		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 alvo e a solução escolhida.	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	12
		3. Ideia Criativa		
		a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	15
		4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
		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.	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	10

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 15

Total de Pontos: 53,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA			
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico				
			a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	10		
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;				
			c) Clareza e objetividade.				
					2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
			a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	14		
			b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;				
			c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;				
			d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.				
					3. Ideia Criativa		
			a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	18		
			b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;				
			c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;				
			d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;				
			e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;				
			f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.				
					4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
			a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	11		
			b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;				
			c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.				

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 16

Total de Pontos: 67,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	1. Raciocínio Básico			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	11	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		2. Estratégia de Comunicação Publicitária			
		a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	18	
		b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;			
		c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
		d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			
		3. Ideia Criativa			
		a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	24	
		b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;			
		c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
		d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
		e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
		f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia					
a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	14			
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.					

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 17

Total de Pontos: 53,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	10
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	16
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	17
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	10
	b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;		
c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			



LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 18

Total de Pontos: 41,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 72	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	6
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
	c) Clareza e objetividade.		
	2. Estratégia de Comunicação Publicitária		
	a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota Máxima: 0 a 20 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende relativamente bem; 14 a 17: atende bem; 18 a 20: atende com excelência.	12
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende relativamente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	14
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota máxima: 0 a 15 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco; 4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende medianamente; 10 a 13: atende bem; 14 a 15: atende com excelência.	9
	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.		

LICITAÇÃO PUBLICIDADE UNICOM * CONCORRÊNCIA Nº 01/2021 * PROCESSO SEGOV-PRC-2020/03094

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

Licitante: 19

Total de Pontos: 39,00

Membro da Subcomissão: MARISTELA GIUSTRA

Assinatura: 

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