

JUSTIFICATIVA - JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA

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

LICITANTE: 19

QUESITO 1: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESITO 1: Raciocínio Básico

Critérios	Gradação	Médias	Justificativa
Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota de 0 a 12, sendo: 0 - não atende 1 a 3 - atende pouco; 4 a 6 - atende medianamente; 7 a 9 - atende bem; 10 a 12 - atende com excelência.	5,67	Mediana acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância nas análises, além de boa compreensão das informações contidas no Anexo I, com clareza e objetividade.
Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
Clareza e objetividade.			

SUBQUESITO 2: Estratégia de Comunicação Publicitária

Critérios	Gradação	Médias	Justificativa
Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I;	Nota de 0 a 20, sendo: 0 - não atende; 1 a 3 - atende muito pouco; 4 a 6 - atende pouco; 7 a 9 - atende medianamente; 10 a 13 - atende relativamente bem; 14 a 17 - atende bem; 18 a 20 - atende com excelência.	10,67	Bom entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I, com amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada. Bom exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional apresentado na estratégia de comunicação, boa capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, público alvo e a solução apresentada.
Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;			
Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;			
Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.			

SUBQUESITO 3: Ideia Criativa

Critérios	Gradação	Médias	Justificativa
Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota de 0 a 25, sendo: 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	Razoável adequação da ideia criativa e entendimento sobre o cliente, seu público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo. Regular originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, além de existir mediana pertinência entre a proposta e o cliente e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico.
Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;			
Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
Pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
Exequibilidade e economicidade das peças e do material;			
Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			

SUBQUESITO 4 : Estratégia de Mídia e Não Mídia

Critérios	Gradação	Médias	Justificativa
Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	Nota de 0 a 15, sendo: 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.	9,33	Mediano conhecimento técnico e entendimento sobre os hábitos de consumo, demonstrados com clareza. Bom entendimento sobre o público alvo e consistência na solução apresentada de forma pertinente e com aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente. Boa demonstração da economicidade, com aproveitamento dos recursos disponibilizados.
Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;			
Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.			

JÓÃO MOURA FILHO

MARISTELA GIUSTRA

JOSÉ ROBERTO DESCHAMPS