

LICITAÇÃO PUBLICIDADE DESENVOLVE-SP * CONCORRÊNCIA Nº 01/2020 * PROCESSO Nº 088/2020

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

Licitante: 01

Total de Pontos: 51,00

Membro da Subcomissão: JOSEANE GONÇALVES SILVA

 Assinatura: *Joseane Gonçalves*

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1	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.	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.	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 DESENVOLVE-SP * CONCORRÊNCIA Nº 01/2020 * PROCESSO Nº 088/2020
 Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 02

Total de Pontos: 69,00

Membro da Subcomissão: JOSEANE GONÇALVES SILVA

Assinatura: *Joseane Gonçalves*

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1	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.	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.	25
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	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 DESENVOLVE-SP * CONCORRÊNCIA Nº 01/2020 * PROCESSO Nº 088/2020
 Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 03

Total de Pontos: 36,00

Membro da Subcomissão: JOSEANE GONÇALVES SILVA

Assinatura: *Joseane Gonçalves*

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1	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.	8
	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.	7	
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 DESENVOLVE-SP * CONCORRÊNCIA Nº 01/2020 * PROCESSO Nº 088/2020

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

Licitante: 04

Total de Pontos: 50,00

Membro da Subcomissão: JOSEANE GONÇALVES SILVA

Assinatura: *Joseane Gonçalves*

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	<p>Nota Máxima: 0 a 12</p> <p>0 : não atende</p> <p>1 a 3: atende pouco;</p> <p>4 a 6: atende medianamente;</p> <p>7 a 9: atende bem;</p> <p>10 a 12: atende com excelência.</p>	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;	<p>Nota Máxima: 0 a 20</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 3: atende muito pouco;</p> <p>4 a 6: atende pouco;</p> <p>7 a 9: atende medianamente;</p> <p>10 a 13: atende relativamente bem;</p> <p>14 a 17: atende bem;</p> <p>18 a 20: atende com excelência.</p>	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;	<p>Nota Máxima: 0 a 25</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 6: atende muito pouco;</p> <p>7 a 10: atende pouco</p> <p>11 a 14: atende medianamente;</p> <p>15 a 18: atende relativamente bem;</p> <p>19 a 21: atende bem;</p> <p>22 a 25: atende com excelência.</p>	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;	<p>Nota máxima: 0 a 15</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 3: atende muito pouco;</p> <p>4 a 6: atende pouco;</p> <p>7 a 9: atende medianamente;</p> <p>10 a 13: atende bem;</p> <p>14 a 15: atende com excelência.</p>	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.		

Licitante: 05

Total de Pontos: 70,00

Membro da Subcomissão: JOSEANE GONCALVES SILVA

Assinatura: *Joseane Gonçalves*

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;	<p>Nota Máxima: 0 a 12</p> <p>0 : não atende</p> <p>1 a 3: atende pouco;</p> <p>4 a 6: atende medianamente;</p> <p>7 a 9: atende bem;</p> <p>10 a 12: atende com excelência.</p>	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;	<p>Nota Máxima: 0 a 20</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 3: atende muito pouco;</p> <p>4 a 6: atende pouco;</p> <p>7 a 9: atende medianamente;</p> <p>10 a 13: atende relativamente bem;</p> <p>14 a 17: atende bem;</p> <p>18 a 20: atende com excelência.</p>	19
	b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;		
	c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;		
	d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		
	3. Ideia Criativa		
	a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	<p>Nota Máxima: 0 a 25</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 6: atende muito pouco;</p> <p>7 a 10: atende pouco</p> <p>11 a 14: atende medianamente;</p> <p>15 a 18: atende relativamente bem;</p> <p>19 a 21: atende bem;</p> <p>22 a 25: atende com excelência.</p>	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;	<p>Nota máxima: 0 a 15</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 3: atende muito pouco;</p> <p>4 a 6: atende pouco;</p> <p>7 a 9: atende medianamente;</p> <p>10 a 13: atende bem;</p> <p>14 a 15: atende com excelência.</p>	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 DESENVOLVE-SP * CONCORRÊNCIA Nº 01/2020 * PROCESSO Nº 088/2020

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

Licitante: 06

Total de Pontos: 55,00

Membro da Subcomissão: JOSEANE GONÇALVES SILVA

Assinatura: *Joseane Gonçalves*

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1	1. Raciocínio Básico		
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	<p>Nota Máxima: 0 a 12</p> <p>0 : não atende</p> <p>1 a 3: atende pouco;</p> <p>4 a 6: atende medianamente;</p> <p>7 a 9: atende bem;</p> <p>10 a 12: atende com excelência.</p>	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;	<p>Nota Máxima: 0 a 20</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 3: atende muito pouco;</p> <p>4 a 6: atende pouco;</p> <p>7 a 9: atende medianamente;</p> <p>10 a 13: atende relativamente bem;</p> <p>14 a 17: atende bem;</p> <p>18 a 20: atende com excelência.</p>	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;	<p>Nota Máxima: 0 a 25</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 6: atende muito pouco;</p> <p>7 a 10: atende pouco</p> <p>11 a 14: atende medianamente;</p> <p>15 a 18: atende relativamente bem;</p> <p>19 a 21: atende bem;</p> <p>22 a 25: atende com excelência.</p>	19
	b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;		
	c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;		
	d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;		
	e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;		
	f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.		
	4. Estratégia de Mídia e Não Mídia		
	a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;	<p>Nota máxima: 0 a 15</p> <p>0: não atende;</p> <p>1 a 3: atende muito pouco;</p> <p>4 a 6: atende pouco;</p> <p>7 a 9: atende medianamente;</p> <p>10 a 13: atende bem;</p> <p>14 a 15: atende com excelência.</p>	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.		

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Valor dos pontos de 0 a 72

LICITAÇÃO PUBLICIDADE DESENVOLVE-SP * CONCORRÊNCIA Nº 01/2020 * PROCESSO Nº 088/2020
 Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante: 07

Total de Pontos: 61,00

Membro da Subcomissão: JOSEANE GONÇALVES SILVA

Assinatura: *Joseane Gonçalves*

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA
1	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.	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.	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.	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.		