

**Ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento**

Área	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	19,6
Sonia	20,0
<b>Média</b>	<b>19,9</b>

Brick	
Avaliador	Nota
Alexandre	18,4
Cláudia	18,4
Sonia	18,0
<b>Média</b>	<b>18,3</b>

Callia Y2	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	20,0
Sonia	20,0
<b>Média</b>	<b>20,0</b>

CC&P	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	19,2
Sonia	19,5
<b>Média</b>	<b>19,6</b>

DeBrito	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	19,2
Sonia	20,0
<b>Média</b>	<b>19,7</b>

Klimt	
Avaliador	Nota
Alexandre	18,0
Cláudia	19,2
Sonia	17,0
<b>Média</b>	<b>18,1</b>

Lua 360	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	20,0
Sonia	19,8
<b>Média</b>	<b>19,9</b>

Rino Com	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	20,0
Sonia	20,0
<b>Média</b>	<b>20,0</b>

Veraz	
Avaliador	Nota
Alexandre	18,0
Cláudia	18,4
Sonia	17,8
<b>Média</b>	<b>18,1</b>

*Alexandre Moitinho*

Alexandre Moitinho  
Cano de Medeiros

*Cláudia Midori Tanabe Galvão*

Cláudia Midori Tanabe  
Galvão

*Sonia Servilheira*

Sonia Servilheira

São Paulo, 19 de dezembro de 2018



**Ata de julgamento das Propostas referentes ao Repertório**

Area	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,3
Cláudia	9,3
Sonia	9,7
<b>Média</b>	<b>9,1</b>

Brick	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,0
Cláudia	8,0
Sonia	7,3
<b>Média</b>	<b>7,8</b>

Callia Y2	
Avaliador	Nota
Alexandre	10,0
Cláudia	10,0
Sonia	9,0
<b>Média</b>	<b>9,7</b>

CG&P	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,0
Cláudia	10,0
Sonia	10,0
<b>Média</b>	<b>9,3</b>

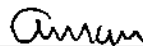
DeBrito	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,0
Cláudia	8,7
Sonia	6,5
<b>Média</b>	<b>7,7</b>

Klímt	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,7
Cláudia	8,0
Sonia	6,0
<b>Média</b>	<b>7,6</b>

Lua 360	
Avaliador	Nota
Alexandre	10,0
Cláudia	9,3
Sonia	9,3
<b>Média</b>	<b>9,6</b>

Rino.Com	
Avaliador	Nota
Alexandre	10,0
Cláudia	10,0
Sonia	9,7
<b>Média</b>	<b>9,9</b>

Veraz	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,0
Cláudia	7,3
Sonia	7,3
<b>Média</b>	<b>7,6</b>

  
Alexandre Moitinho  
Cano de Medeiros

  
Cláudia Midori Tanabe  
Galvão

  
Sonia Servilheira

São Paulo, 19 de dezembro de 2018



**Ata de julgamento das Propostas referentes a Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

Área	
Avaliador	Nota
Alexandre	3,8
Cláudia	4,5
Sonia	4,8
<b>Média</b>	<b>4,4</b>

Brick	
Avaliador	Nota
Alexandre	5,0
Cláudia	5,0
Sonia	5,0
<b>Média</b>	<b>5,0</b>

Calia Y2	
Avaliador	Nota
Alexandre	5,0
Cláudia	5,0
Sonia	4,8
<b>Média</b>	<b>4,9</b>

CC&P	
Avaliador	Nota
Alexandre	4,3
Cláudia	4,5
Sonia	4,3
<b>Média</b>	<b>4,4</b>

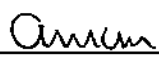
DeBrito	
Avaliador	Nota
Alexandre	4,5
Cláudia	4,5
Sonia	4,1
<b>Média</b>	<b>4,4</b>

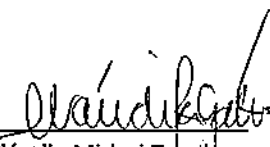
Klimt	
Avaliador	Nota
Alexandre	4,5
Cláudia	4,5
Sonia	5,0
<b>Média</b>	<b>4,7</b>

Lua360	
Avaliador	Nota
Alexandre	5,0
Cláudia	5,0
Sonia	5,0
<b>Média</b>	<b>5,0</b>

Rino Com	
Avaliador	Nota
Alexandre	5,0
Cláudia	5,0
Sonia	4,5
<b>Média</b>	<b>4,8</b>

Veraz	
Avaliador	Nota
Alexandre	4,0
Cláudia	4,5
Sonia	4,5
<b>Média</b>	<b>4,3</b>

  
\_\_\_\_\_  
Alexandre Moitinho  
Cano de Medeiros

  
\_\_\_\_\_  
Cláudia Midori Tanabe  
Galvão

  
\_\_\_\_\_  
Sonia Servilheira

São Paulo, 19 de dezembro de 2018

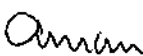


<b>Agência</b>	<b>Área Com. Prop. Mkt</b>	<b>Avaliação</b>	<b>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</b>
----------------	----------------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Clientes variados e com prolongados prazos de vigência, o que depreende uma boa prestação de serviços</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais com experiência variada e ampla</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Estrutura ampla e condizente à necessidade de atendimento ao Coren-SP</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Apresenta organização em procedimentos e prazos de execução</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>Os procedimentos são devidamente estabelecidos e coerentes com as necessidades do Coren-SP</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>As mensagens institucionais remetem a um clichê costumeiramente adotado, mas aplicado ao público-alvo</i>		8
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>As mensagens são claras, mas apresentam pouca novidade no trato com o público-alvo</i>		9
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>As peças também reproduzem o clichê presente nas mensagens. As peças em vídeo são demasiadamente extensas e pouco cativantes</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8,3</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>A defesa da proposta é adequada ao problema exibido</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>A execução se mostra básica demais e pouco ousada para a necessidade demonstrada. O público-alvo ficou pouco detalhado, mesmo embasado por pesquisa de opinião</i>	3
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>Os resultados estão demasiadamente resumidos e não totalmente relacionados ao problema</i>	3
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>A proposta é bem encadeada, mas sua defesa demonstra mais possibilidades do que sua execução</i>	4
(resultado: média) <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>3,8</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

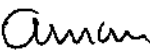


<b>Agência</b>	<i>Ag. Brick Publ. Mkt</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</i>
----------------	----------------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Clientes variados e com prolongados prazos de vigência, o que depreende uma boa prestação de serviços</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais com experiência variada e ampla</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Estrutura ampla e condizente à necessidade de atendimento ao Coren-SP, mas não apresenta detalhes de como será o atendimento presencial, uma vez que a sede é no RJ</i>		12
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Apresenta organização em procedimentos e prazos de execução</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>Os procedimentos são devidamente estabelecidos e coerentes com as necessidades do Coren-SP</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>18,4</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>As peças cumprem com o que se propõem, mas a peça do Megashake faz uma relação não justificada com futebol e a do Cremerj tem um discurso segregador</i>		8
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>As mensagens são claras, mas os discursos podem gerar uma imagem inadequada, como exposto acima</i>		8
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>As peças são devidamente executadas, mas alguns conceitos, como o aplicado na celebração dos 20 anos do Confef/Crefs, não são claros o suficiente</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;  <i>Planejamento adequado e condizente com a necessidade</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;  <i>Lista detalhada dos benefícios alcançados com a campanha</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;  <i>Problema de grandes proporções que afeta um número considerável de pessoas e que possibilitou uma melhora de visão frente ao contratante</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.  <i>A proposta é devidamente encadeada e justificada e as peças possuem identidade marcante</i>	5
(resultado: média) <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	5

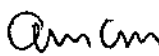
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Calia   Y2 Prop. e Mkt</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</i>
----------------	-------------------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Cientes variados e com prolongados prazos de vigência, o que depreende uma boa prestação de serviços</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais com experiência variada e ampla</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Estrutura ampla e condizente à necessidade de atendimento ao Coren-SP</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Apresenta organização em procedimentos e prazos de execução</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>Os procedimentos são devidamente estabelecidos e coerentes com as necessidades do Coren-SP</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>Conteúdos pertinentes, imagens impactantes e caprichadas, com discurso claro e adequado</i>		10
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>Mensagens objetivas, claras e condizentes com as propostas, para os mais variados públicos-alvo</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>Conteúdo demonstra capricho e preocupação com o material apresentado, o que repercute na imagem que os contratantes pretendem passar</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>10</b>

<b>10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>Parciais (0-5)</b>
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>Apresenta um olhar variado sobre as possibilidades de realização da campanha</i>		5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>A proposta é bem embasada e voltada ao público-alvo e pontua resultados condizentes</i>		5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>O desafio era grande, pois seria voltado a mudar a visibilidade de um público-alvo muito extenso</i>		5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>A proposta está devidamente concatenada e elaborada</i>		5
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 19/12/2018
--	--	------------------

<b>Agência</b>	<i>Companhia Com. Public.</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</i>
----------------	-------------------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Cientes variados e com prolongados prazos de vigência, o que depreende uma boa prestação de serviços</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais com experiência variada e ampla</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Estrutura ampla e condizente à necessidade de atendimento ao Coren-SP</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Apresenta organização em procedimentos e prazos de execução</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>Os procedimentos são devidamente estabelecidos e coerentes com as necessidades do Coren-SP</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>As propostas atendem ao solicitado, mas não com exceção do MUB da gripe, não apresentam nenhuma grande novidade</i>		8
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>Com exceção do mote "Deixa a gripe pra lá", que é dúbio e contradiz a proposta, as mensagens são claras e pertinentes</i>		8
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>As peças são devidamente executadas, mas todas prezam pelo mesmo padrão de apresentação do conteúdo e dos personagens</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
<p>a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;</p> <p><i>O assunto abordado é de extrema relevância e a abordagem pretendida também</i></p>	5
<p>b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;</p> <p><i>O alcance apontado parece exacerbado pelo período de duração da campanha e carece de métrica ou comprovação</i></p>	4
<p>c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;</p> <p><i>A abordagem apontada é relevante, entretanto a peça audiovisual divulga a mensagem de maneira bem mais efetiva do que a peça impressa, resumida em excesso</i></p>	4
<p>d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.</p> <p><i>A proposta está defendida e justificada pelo que o problema significa, mas há pouca argumentação sobre a escolha de personagens, como juízes e artistas</i></p>	4
<p><i>(resultado: média)</i>      <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>      <b>4,3</b></p>	


<p>Assinatura do(a) responsável pela avaliação:</p> <p style="text-align: center;"><i>Amam</i></p>	<p>Data: 19/12/2018</p>
--	-------------------------

<b>Agência</b>	<i>DeBrito Prop. Comunic.</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</i>
----------------	-------------------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Clientes variados e com prolongados prazos de vigência, o que depreende uma boa prestação de serviços</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais com experiência variada e ampla</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Estrutura ampla e condizente à necessidade de atendimento ao Coren-SP</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Apresenta organização em procedimentos e prazos de execução</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>Os procedimentos são devidamente estabelecidos e coerentes com as necessidades do Coren-SP</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>Propostas para CLDF e Prefeitura de Duque de Caxias são assertivas e coerentes. Já as de Sumaré e do Confea/Crea poderiam ser melhor desenvolvidas para fugir da obviedade</i>		8
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>As mensagens são claras e objetivas e pertinentes aos meios de comunicação, com exceção das propostas de Sumaré e do Confea. A proposta do Cofen também tem erros de gramática</i>		8
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>As defesas não necessariamente são identificadas em todas as obras. Campanhas como a do Confea/Crea e Sumaré carecem do capricho aplicado às demais</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>A proposta demonstrou um olhar amplo e coerente sobre as possibilidades de mensagem e penetração junto ao público-alvo</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>Apesar do relato do representante do Confea, faltou apresentar exemplos da boa repercussão, como comentários do público</i>	4
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>O problema era delicado e a proposta foi adequada e assertiva</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>As defesas são muito baseadas em autovalorização e poderiam prezar mais pela complexidade do desafio enfrentado</i>	4
(resultado: média) <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>4,5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

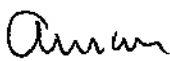


<b>Agência</b>	<i>Klimt Ag. Publicidade</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</i>
----------------	------------------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Atualmente possui apenas três clientes, sendo apenas um com características similares à do Coren-SP, o que pode ser um prejudicial nos trâmites administrativos</i>		14
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>As áreas de atuação são variadas e depreendem uma visão ampla do conhecimento dos profissionais</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Não foi feita descrição dos espaços da filial de São Paulo. Os equipamentos listados e o sistema de controle parecem eficientes.</i>		18
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Apesar de objetiva e com prazos bem delineados e enxutos, carece de mais detalhamento sobre refações e métodos de apresentação</i>		18
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>As ferramentas parecem objetivas e adequadas para a identificação de métodos de elaboração de campanhas</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>18</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>As campanhas poderiam vir acompanhadas de métricas de resultados. É inadequada a linguagem abordada ao descrever o problema das drogas</i>		8
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>As mensagens são claras e os objetivos são facilmente perceptíveis.</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>Os atores dos vídeos têm a interpretação um pouco caricata. A campanha do Cofen possibilita uma interpretação dúbia sobre concordância ou discordância ao tema.</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8,7</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>A agência demonstra conhecimento embasado e suficiente para realizar a proposta</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>Mesmo com os relatos de sucesso, carece de demonstração desses alcances</i>	4
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>Na verdade, mesmo se tratando de uma situação enfrentada também pelo Coren-SP, é uma campanha realizada anualmente com o propósito geralmente celebrativo e similar</i>	4
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>As explicações são coerentes e pertinentes à proposta</i>	5
(resultado: média) <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>4,5</b>


Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Lua Propaganda</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</i>
----------------	-----------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Clientes variados e com prolongados prazos de vigência, o que depreende uma boa prestação de serviços</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais com experiência variada e ampla</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Estrutura ampla e condizente à necessidade de atendimento ao Coren-SP</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Apresenta organização em procedimentos e sistemáticas detalhadas de acompanhamento</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>Os procedimentos são devidamente estabelecidos e coerentes com as necessidades do Coren-SP</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>Conteúdos pertinentes, imagens impactantes e caprichadas, com discurso claro e adequado</i>		10
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>Mensagens objetivas, claras e condizentes com as propostas</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>Conteúdo demonstra capricho e preocupação com o material apresentado, o que repercute na imagem do contratante</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>10</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;  <i>Planejamento adequado e condizente com a necessidade</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;  <i>Lista detalhada dos benefícios alcançados com a campanha</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;  <i>Problema de grandes proporções que afeta um número considerável de pessoas e que possibilitou uma melhora de visão frente ao contratante</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.  <i>A proposta é devidamente encadeada e justificada e as peças possuem identidade marcante</i>	5
(resultado: média) <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	5

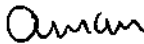
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Rino Publicidade</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</i>
----------------	-------------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Clientes variados e com prolongados prazos de vigência, o que depreende uma boa prestação de serviços</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais com experiência variada e ampla</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Estrutura ampla e condizente à necessidade de atendimento ao Coren-SP</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Apresenta organização em procedimentos e prazos de execução</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>Os procedimentos são devidamente estabelecidos e coerentes com as necessidades do Coren-SP</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>Conteúdos pertinentes, imagens impactantes e caprichadas, com discurso claro e adequado</i>		10
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>Mensagens objetivas, claras e condizentes com as propostas, para os mais variados públicos-alvo</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>Conteúdo demonstra capricho e preocupação com o material apresentado, o que repercute na imagem que os contratantes pretendem passar</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>10</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;  <i>Apresenta um olhar variado sobre as possibilidades de realização da campanha</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;  <i>A proposta é bem embasada e voltada ao público-alvo e pontua resultados condizentes</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;  <i>O desafio era grande, pois seria voltado a expandir um público-alvo</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.  <i>A proposta está devidamente concatenada e elaborada</i>	5
(resultado: média) <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	5

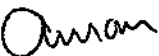
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Veraz Comunicação</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Alexandre Moitinho C. de Medeiros</i>
----------------	--------------------------	------------------	--

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Clientes variados e com prolongados prazos de vigência, o que depreende uma boa prestação de serviços</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais com experiência variada e ampla</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>A descrição é excessivamente resumida e não apresenta qualquer indicio ou foto de comprovação do descrito</i>		16
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>Há generalização na didática proposta e a disponibilização de apenas um profissional a cargo do atendimento presencial não corresponde à estrutura apresentada</i>		14
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>Os procedimentos são devidamente estabelecidos e coerentes com as necessidades do Coren-SP</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>18</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>As mensagens institucionais remetem a um clichê costumeiramente adotado, mas aplicado ao público-alvo</i>		8
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>As mensagens são claras, mas não apresentam qualquer novidade no trato com o público-alvo</i>		8
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>As peças também reproduzem o clichê presente nas mensagens. O video da campanha do Coren-RS é longo e pouco cativante</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>A campanha mescla ações de estímulo ao pagamento com prestação de contas, sem vincular as ideias como parte de uma mesma proposta</i>	4
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>O mote é ilusório, pois "ganha mais" pode induzir o aumento de salário ou a benefícios além de quem pagar depois. As imagens não têm o tratamento adequado</i>	3
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>O tema é pertinente, apesar de demonstrar ser recorrente. Não há dados que demonstram os resultados citados</i>	4
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>A proposta tem lógica, pois apresenta um problema e uma forma prática de combatê-lo</i>	5
(resultado: média) <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	4

Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------




<b>Agência</b>	<b>Área Com. Prop. Mkt</b>	<b>Avaliação</b>	<b>Claudia Midori Tanabe Galvão</b>
----------------	----------------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de grande porte da área pública (prefeituras e conselhos) com tempo de atendimento de cerca de 4 anos</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>20 profissionais de áreas afins e longo tempo de experiência</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>sede em SP; informou a infraestrutura e listagem de equipamentos; sem foto; informou sistemas utilizados</i>		18
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>descreveu sistemática de atendimento passando por cada área; apresentou prazos e procedimentos</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>informou ferramentas e plataformas disponíveis e como as utiliza</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>19,6</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>as peças são adequadas aos clientes, mas não surpreendem quanto a criatividade</i>		8
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>imagens e textos se complementam na mensagem, tornando-a clara</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>as peças demonstram qualidade em produção e acabamento</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>9,33333</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>adequado</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>não ficou suficientemente esclarecido se a premiação mencionada deveu-se a campanha</i>	4
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafio apresentou certa complexidade, mas os resultados não deixaram claro o alcance dos objetivos da campanha</i>	4
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>atende</i>	5
<i>(resultado: média)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>4,5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 17/12/2018
--	------------------

<b>Agência</b>	<i>Ag. Brick Publ. Mkt</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Claudia Midori Tanabe Galvão</i>
----------------	----------------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes relevantes, com tempo de atendimento de 2 a 4 anos</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>20 profissionais, sendo 15 apresentados, com experiências e formações adequadas em suas áreas</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>apresentou boa estrutura física e ferramentas de marketing e comunicação, porém não informou equipamentos</i>		16
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>apresentou a sistemática de atendimento e prazos em forma de fluxograma resumido</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>informou os serviços/ferramentas disponíveis, porém sem informação sobre como seriam utilizados no atendimento ao Coren-SP</i>		16
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>18,4</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>peças de boa qualidade, porém os desafios não ficaram tão claros e faltou mais argumentação sobre as soluções propostas, de modo que não pude avaliar adequação ao cliente</i>		6
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>algumas peças não apresentaram mensagens claras, o que pode estar ligado a falta de detalhamento do desafio</i>		8
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>peças de boa qualidade, bem produzidas</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>planejamento bem elaborado, proposta criativa e soluções bem exploradas</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>demonstrou com números e estatísticas, incluindo informação de pesquisa realizada</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafio apresenta complexidade e apresentou êxito no resultado</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>relato coerente e adequado</i>	5
<i>(resultado: média)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>5</b>


Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 14/12/2018
--	------------------

<b>Agência</b>	<i>Calia   Y2 Prop. e Mkt</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Claudia Midori Tanabe Galvão</i>
----------------	-------------------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de grande porte (ministérios, SECOM) incluindo o Min.da Saúde, esse com 7 anos de atendimento</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>38 profissionais divididos em setores de produção, criação, mídia e planejamento, e experiências de cerca de 10 anos</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>sede em São Paulo e 1 escritório em Brasília, com foros. Descreve equipamentos, tipos e quantidades, e sistemas operacionais utilizados</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>descreve detalhadamente as etapas de atendimento, com fluxograma, prazos e opção emergencial</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>possui contratos com institutos de pesquisas e oferece relatório/ serviços de cada meio</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>soluções são criativas, cativantes e adequadas aos clientes e mensagens</i>		10
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>mensagens são claras e de linguagem adequada aos seus públicos</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>produções demonstram ótima qualidade e execução</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>10</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>apresentou o planejamento e argumentação da ideia proposta</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>trouxo dados sobre impacto em números e sensibilização</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>inovou no foco da campanha (recorrente na área da saúde) e apresentou resultados</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>atende adequadamente</i>	5
<i>(resultado: médio)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	 Data: 11/12/2018
--	--

<b>Agência</b>	<i>Companhia Com. Public.</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Claudia Midori Tanabe Galvão</i>
----------------	-------------------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes relevantes, variados, tempo de atendimento cerca de 2 anos</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>16 profissionais com + de 10 anos de experiência, cujas formações são de áreas da comunicação e afins</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>descreve os 2 escritórios, os setores de cada e equipamentos e recursos disponíveis, com fotos</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>apresenta a empresa e sistemática de atendimento, informa que será designado um grupo de atendimento exclusivo e um supervisor de conta, prazos, etapas de trabalho bem descritas</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>apenas citou instituições/ferramentas de medição disponíveis no mercado</i>		16
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>19,2</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>soluções criativas e adequadas aos clientes/ casos</i>		10
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>mensagens são claras e linguagem adequada</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>peças de boa qualidade e acabamento</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>10</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>apresentou um caso (Amamentação) cuja proposta não soou adequada ou objetiva</i>	4
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>apresentou números relevantes</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>atende</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>não demonstrado satisfatoriamente</i>	4
<i>(resultado: média)</i> Nota do Quesito IV (0-5):	4,5

Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 07/12/2018
---	------------------



<b>Agência</b>	<i>DeBrito Prop. Comunic.</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Claudia Midori Tanabe Galvão</i>
----------------	-------------------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>diversos clientes de ramos variados e com tempo de atendimento considerável</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>equipe grande (90 pessoas, 43 apresentadas) com formações pertinentes as suas áreas; faltou informar alguns tempos de experiência, porém nada que desabone</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>4 unidades, sendo a sede em SP, com fotos, rede apoio no exterior, descreveu o suficiente da estrutura, ainda que sem informações de sistemas e softwares disponíveis</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>informa prazo e compromissos, mas sem detalhes da sistemática de atendimento</i>		16
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>informações detalhadas e claras</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>19,2</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>peça Cofen adequada, as demais são comuns. A argumentação da solução proposta é mais interessante que o executado.</i>		8
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>imagens e textos se complementam na clareza mensagem, ainda que todo o resultado não seja surpreendente</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>peça bastante na qualidade e acabamento de algumas peças nas imagens e artes. A argumentação da solução proposta é mais interessante que o executado.</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8,7</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>apenas adequado, sem grandes êxitos e grandes detalhamentos da campanha</i>	4
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>atende, apresentou números de alcance via internet</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>o desafio não pareceu complexo, de modo que o resultado parece ser apenas o esperado uma vez que informou que houve um grande vácuo de comunicação</i>	4
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>atende</i>	5
<i>(resultado: média)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b> 4,5	

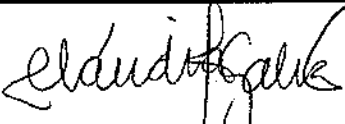
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 13/12/2018
--	---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Klimt Ag. Publicidade</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Claudia Midori Tanabe Galvão</i>
----------------	------------------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>apresentou vários clientes, incluindo Cofen, porém com pouco tempo de atendimento (cerca 2 anos)</i>		16
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>14 profissionais entre 2 e 13 anos de experiência</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>descreveu áreas, equipamentos e módulos/ sistemas interno, com foto</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>disponibiliza profissional de atendimento exclusivo, descreve fluxos e prazos</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>informa softwares utilizados para investimentos assertivos de mídia</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>19,2</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>7 peças apresentadas, apenas 2 apresentavam originalidade (papisloscopista e Cofen-EaD, as demais são comuns ou pouco inventivas)</i>		6
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>clareza das mensagens e linguagem satisfatórias</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>qualidade não surpreende, vídeos são comuns e pouco atrativos</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>8</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>atende ao quesito, ideia e períodos adequados</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>não suficientemente demonstrado (sentimento de valorização)</i>	4
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>apresentou o alcance da campanha mas não o impacto do resultado</i>	4
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>atende</i>	5
<i>(resultado: média)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b> <b>4,5</b>	


Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	 Data: 10/12/2018
--	--

<b>Agência</b>	<i>Lua Propaganda</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Claudia Midori Tanabe Galvão</i>
----------------	-----------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes relevantes e período de atendimento longo</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>15 profissionais com + de 10 anos de experiência, sem fotos</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>apresentou lista de recursos/equipamentos da empresa, fotos do local (um escritório)</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>informou compromisso, prazos de produção, etapas e funções dos setores</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>apresentou ferramentas que utiliza para medição de mídias</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>soluções originais e adequadas</i>		10
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>algumas mensagens não estavam claras seja sobre o que se queria informar seja sobre o cliente</i>		8
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>boa qualidade e acabamento</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>9,3</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>apresentou apenas um caso, porém atende ao solicitado</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>atende</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>atende</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>atende</i>	5
<i>(resultado: média)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	<b>Data:</b> 05/12/2018
--	-------------------------

<b>Agência</b>	<i>Rino Publicidade</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Claudia Midori Tanabe Galvão</i>
----------------	-------------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>apresentou diversos clientes de ramos variados de atividade e atendimento entre 1 e 53 anos</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>22 profissionais com longa experiência e em setores públicos</i>		20
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>sede em SP, com fotos, descreve equipamentos e sistemas, boa estrutura e integração em rede internacional</i>		20
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>descreve toda a sistemática operacional de atendimento, disponibilidade total de atendimento, apresenta prazos, possui sistema online de gerenciamento dos processos</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>faz levantamento semestral de informações internacionais, avaliação mensal, sondagens telefônicas, pesquisas pre-testes; descreve ferramentas e serviços utilizados</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>peças apresentam soluções bem elaboradas bastante adequadas ao público-alvo</i>		10
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>mensagens são claras e a linguagem adequada</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>as produções são de alta qualidade e acabamento</i>		10
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>10</b>

<b>10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>apresentou solução adequada e estimulante, com planejamento de duração e algumas etapas</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>apresentou resultados de grande alcance atingindo o objetivo de divulgar a marca e criar um reconhecimento</i>	5
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafio apresenta certa complexidade e a proposta pareceu apresentar êxito de resultado</i>	5
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>atende adequadamente.</i>	5
<i>(resultado: média)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 11/12/2018
---	------------------

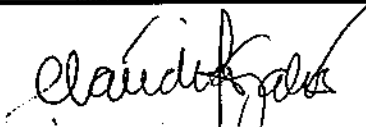


<b>Agência</b>	<i>Veraz Comunicação</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Claudia Midori Tanabe Galvão</i>
----------------	--------------------------	------------------	-------------------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento</b>		<b>Parciais (0-20)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de atividades variadas (sindicatos, prefeituras e Coren-RS) com média de 5 anos de atendimento</i>		20
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>18 profissionais com experiência, porém nem todas informadas, em áreas de planejamento, mídia, criação, produção, atendimento, digital e financeiro.</i>		16
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>descrição da infraestrutura e recursos/equipamentos, sem fotos</i>		16
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>informou etapas operacionais de atendimento e prazos de produção</i>		20
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>cita empresas de pesquisa e consumo consideradas e informa dispor de um núcleo de planejamento</i>		20
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>18,4</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-10)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>soluções comuns ou pouco criativas, não surpreende</i>		6
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>apesar de pouco criativos, as mensagens são claras, diretas</i>		10
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>qualidade não satisfatória pelos materiais apresentados</i>		6
<i>(resultado: média)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>7,3</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-5)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>apresentou um caso (Coren-RS), atende ao solicitado</i>	5
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>não foi satisfatoriamente demonstrada, por não apresentar números, apenas uma confirmação do cliente</i>	4
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>não demonstrada satisfatoriamente</i>	4
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>exposição coerente</i>	5
<i>(resultado: média)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b> 4,5	

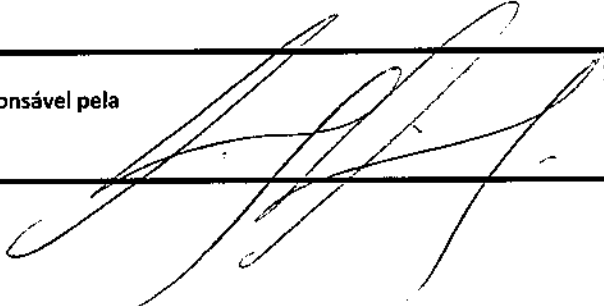
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 05/12/2018
--	---	------------------

<b>Agência</b>	<b>Área Com. Prop. Mkt</b>	<b>Avaliação</b>	<b>Sonia Servilheira</b>
----------------	----------------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>Atendimento a clientes de grande porte, dentro do universo da contratada</i>		4
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>boa experiência no segmento</i>		4
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>instalações adequadas</i>		4
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>sem observações significativas</i>		4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>pesquisa e demais informações relevantes</i>		4
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>dentro do esperado</i>		3,33
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>mensagens claras e objetivas em sua maioria</i>		3
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>peças produzidas com qualidade e bom acabamento</i>		3,33
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>9,7</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-1,25)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>boa argumentação quanto ao planejamento proposto</i>	1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>demonstração que os objetivos foram alcançados atendendo à expectativa do cliente</i>	1,25
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafios propostos atendidos dentro do esperado</i>	1
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>relato exposto de maneira lógica</i>	1,25
<i>(resultado: soma)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b> <b>4,8</b>	

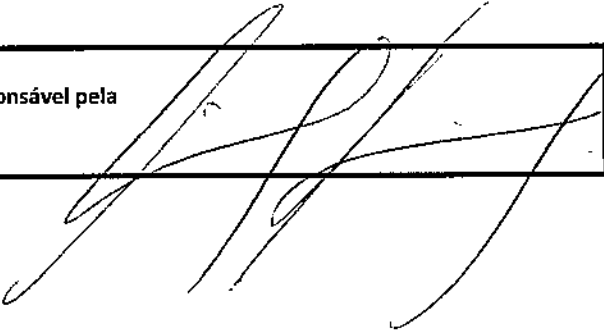
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Ag. Brick Publ. Mkt</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Sonia Servilheira</i>
----------------	----------------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de grande porte, atendidos por um bom período de tempo</i>		4
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>profissionais experientes e em funções adequadas</i>		4
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>Não detalhou equipamentos e instalações</i>		3
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>dentro do esperado</i>		4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>faltaram detalhes quantos à maneira como as ferramentas seriam utilizadas par o cliente</i>		3
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>18</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>peças razoavelmente criativas</i>		2
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>Faltou clareza em algumas mensagens apresentadas</i>		2
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>peças bem produzidas</i>		3,33
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>7,3</b>

<b>10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>Parciais (0-1,25)</b>
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>atendendo ao esperado</i>		1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>boa argumentação sobre os resultados</i>		1,25
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafios propostos apresentaram questões complexas bem exploradas</i>		1,25
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>argumentação lógica</i>		1,25
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Calia   Y2 Prop. e Mkt</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Sonia Servilheira</i>
----------------	-------------------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de grande porte e atendimento por bom período</i>		4
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>Profissionais experientes e qualificados</i>		4
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>infraestrutura adequada às necessidades</i>		4
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>dentro do esperado</i>		4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>pesquisas e informações relevantes</i>		4
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>proposta adequada às necessidades do cliente</i>		3
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>linguagem clara e direta</i>		3
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>bom acabamento dos materiais</i>		3
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>9</b>

<b>10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>Parciais (0-1,25)</b>
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>proposição adequada</i>	1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>resultados apresentados satisfatórios</i>	1,25
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>resultados dentro do esperado</i>	1
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>ideias bem alinhavadas</i>	1,25
<i>(resultado: soma)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>4,8</b>

Assinatura do(a) responsável pela  
avaliação:

Data: 12/12/2018

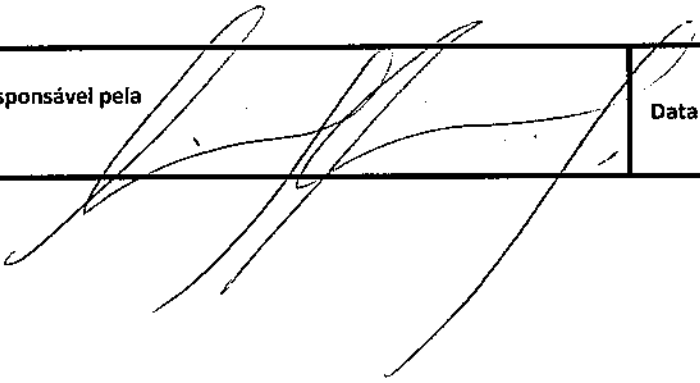


<b>Agência</b>	<i>Companhia Com. Public.</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Sonia Servilheira</i>
----------------	-------------------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>	<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de porte e bons anunciantes</i>	4
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>faltou oferecer um pouco mais de detalhes sobre tempo de experiência</i>	3,5
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>infraestrutura adequada às necessidades</i>	4
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>sem observações específicas</i>	4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>informações e pesquisas relevantes</i>	4
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20): 19,5</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>	<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>peças originais e bastante criativas</i>	3,33
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>mensagem clara e direta</i>	3,33
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>materiais bem produzidos e com bom acabamento</i>	3,33
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10): 10,0</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-1,25)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>bom planejamento estratégico</i>	1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>faltou detalhamento de resultados</i>	1
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafio proposto relativamente complexo</i>	1
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>exposição dentro do esperado</i>	1
<i>(resultado: soma)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b> 4,3	

Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------

<b>Agência</b>	<i>DeBrito Prop. Comunic.</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Sonia Servilheira</i>
----------------	-------------------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de porte adequado à capacidade da agência</i>		4
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>boa experiência dos profissionais</i>		4
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>instalações adequadas</i>		4
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>dentro do esperado</i>		4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>informações e pesquisas relevantes</i>		4
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>Sem grandes soluções criativas</i>		2
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>Algumas peças poderiam oferecer sugestões mais criativas e claras</i>		2
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>Faltou um pouco de cuidado nas fotos dos anúncios</i>		2,5
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>6,5</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-1,25)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>planejamento estratégico adequado</i>	1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>solução oferecida poderia ter sido mais bem embasada</i>	0,8
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafios relativamente complexos</i>	1
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>pouco detalhamento na exposição</i>	1
<i>(resultado: soma)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>4,1</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	Data: 12/12/2018
--	------------------

<b>Agência</b>	<i>Klimt Ag. Publicidade</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Sonia Servilheira</i>
----------------	------------------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de porte adequado à capacidade da agência</i>		4
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>boa experiência dos profissionais</i>		4
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>infraestrutura e instalações adequadas. Faltaram detalhes com relação a equipamentos</i>		3
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>requisitos apresentados adequados</i>		4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>faltou detalhamento mais específico dos softwares de pesquisa</i>		2
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>17</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>alguns conceitos apresentados pouco originais</i>		2
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>nem sempre as mensagens apresentaram a clareza necessária</i>		2
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>dentro do esperado</i>		2
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>6</b>

<b>10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>Parciais (0-1,25)</b>
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>planejamento estratégico adequado</i>		1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>solução apresentada em linha com os objetivos do cliente</i>		1,25
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafios complexos e relevantes</i>		1,25
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>proposição de ideias dentro de uma lógica</i>		1,25
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>5</b>

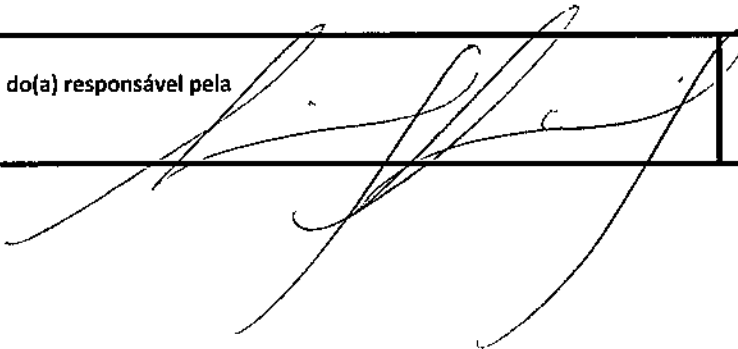
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Lua Propaganda</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Sonia Servilheira</i>
----------------	-----------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>poderiam ser apresentados mais detalhes e maior quantidade de clientes</i>		3,8
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>dentro das expectativas</i>		4
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>estrutura adequada à proposta</i>		4
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>funcionalidade no relacionamento</i>		4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>softwares e pesquisas adequados à proposta</i>		4
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>19,8</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>originalidade dentro dos padrões esperados</i>		3
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>materiais objetivos em sua maioria</i>		3
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>boa produção dos materiais</i>		3,33
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>9,3</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Parciais (0-1,25)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>planejamento adequado à necessidade proposta</i>	1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>detalhamento do aumento de engajamento em redes sociais e seu impacto</i>	1,25
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>argumentação relevante e detalhada</i>	1,25
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>exposição lógica e detalhada</i>	1,25
<i>(resultado: soma)</i> <b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 12/12/2018
---	------------------

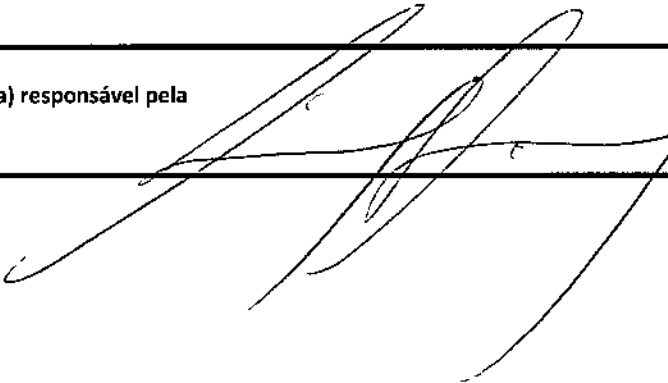


<b>Agência</b>	<i>Rino Publicidade</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Sonia Servilheira</i>
----------------	-------------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>clientes de porte e tradição</i>		4
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>profissionais experientes e em quantidades adequadas</i>		4
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>instalações adequadas</i>		4
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>boas possibilidades de relacionamento operacional</i>		4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>informações e pesquisas relevantes</i>		4
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>20</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>soluções apresentadas com originalidade em sua maioria</i>		3
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>mensagens e linguagem apropriadas</i>		3,33
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>bom acabamento das peças</i>		3,33
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>9,7</b>

<b>10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		<b>Parciais (0-1,25)</b>
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>bom planejamento proposto</i>		1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>solução adequada às necessidades do cliente</i>		1,25
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafios relativamente complexos a serem solucionados</i>		1
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>encadeamento lógico dentro do esperado</i>		1
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>4,5</b>

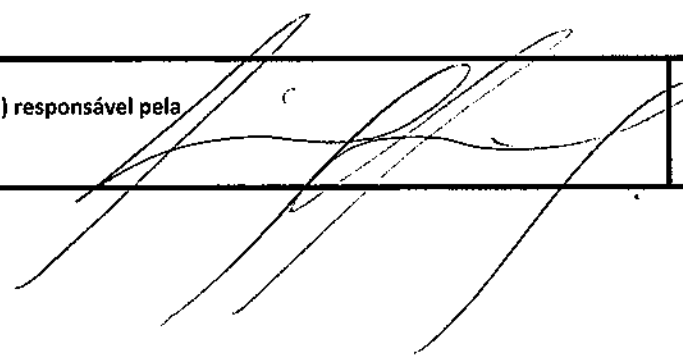
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------

<b>Agência</b>	<i>Veraz Comunicação</i>	<b>Avaliação</b>	<i>Sonia Servilheira</i>
----------------	--------------------------	------------------	--------------------------

<b>10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:</b>		<b>Parciais (0-4)</b>
a) porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um; <i>poderiam ter sido citados mais clientes</i>		3,8
b) experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da Contratante; <i>faltaram alguns detalhes quanto à experiência dos profissionais</i>		3
c) adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição da Contratante na execução do contrato; <i>faltaram detalhes sobre a infraestrutura local</i>		3
d) funcionalidade do relacionamento operacional entre a Contratante e a Contratada; <i>sem comentários adicionais</i>		4
e) relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e auditoria de circulação e do controle de mídia que a Agência colocará regularmente à disposição da Contratante. <i>informações de marketing e pesquisas relevantes</i>		4
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito II (0-20):</b>	<b>17,8</b>

<b>10.2.3. Quesito III – Repertório</b>		<b>Parciais (0-3,3)</b>
a) originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação; <i>solução criativa mediana</i>		2
b) clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; <i>linguagem clara e direta</i>		3,33
c) qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças. <i>produções razoavelmente bem executadas</i>		2
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito III (0-10):</b>	<b>7,3</b>

10.2.4. Quesito IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		Parciais (0-1,25)
a) vidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária; <i>planejamento estratégico adequado</i>		1,25
b) demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; <i>solução proposta dentro do esperado</i>		1
c) complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; <i>desafios razoavelmente complexos</i>		1
d) encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante. <i>com encadeamento lógico</i>		1,25
<i>(resultado: soma)</i>	<b>Nota do Quesito IV (0-5):</b>	<b>4,5</b>

Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------