

Ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento

Área	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	19,6
Sonia	20,0
Média	19,9

Brick	
Avaliador	Nota
Alexandre	18,4
Cláudia	18,4
Sonia	18,0
Média	18,3

Callia Y2	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	20,0
Sonia	20,0
Média	20,0

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

DeBrito	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	19,2
Sonia	20,0
Média	19,7

Klimt	
Avaliador	Nota
Alexandre	18,0
Cláudia	19,2
Sonia	17,0
Média	18,1

Lua 360	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	20,0
Sonia	19,8
Média	19,9

Rino Com	
Avaliador	Nota
Alexandre	20,0
Cláudia	20,0
Sonia	20,0
Média	20,0

Veraz	
Avaliador	Nota
Alexandre	18,0
Cláudia	18,4
Sonia	17,8
Média	18,1

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

Área	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,3
Cláudia	9,3
Sonia	9,7
Média	9,1

Brick	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,0
Cláudia	8,0
Sonia	7,3
Média	7,8

Calla Y2	
Avaliador	Nota
Alexandre	10,0
Cláudia	10,0
Sonia	9,0
Média	9,7

CG&P	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,0
Cláudia	10,0
Sonia	10,0
Média	9,3

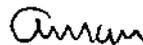
DeBrito	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,0
Cláudia	8,7
Sonia	6,5
Média	7,7

Klímt	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,7
Cláudia	8,0
Sonia	6,0
Média	7,6

Lua 360	
Avaliador	Nota
Alexandre	10,0
Cláudia	9,3
Sonia	9,3
Média	9,6

Rino.Com	
Avaliador	Nota
Alexandre	10,0
Cláudia	10,0
Sonia	9,7
Média	9,9

Veraz	
Avaliador	Nota
Alexandre	8,0
Cláudia	7,3
Sonia	7,3
Média	7,6


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
Média	4,4

Brick	
Avaliador	Nota
Alexandre	5,0
Cláudia	5,0
Sonia	5,0
Média	5,0

Calia Y2	
Avaliador	Nota
Alexandre	5,0
Cláudia	5,0
Sonia	4,8
Média	4,9

CC&P	
Avaliador	Nota
Alexandre	4,3
Cláudia	4,5
Sonia	4,3
Média	4,4

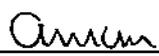
DeBrito	
Avaliador	Nota
Alexandre	4,5
Cláudia	4,5
Sonia	4,1
Média	4,4

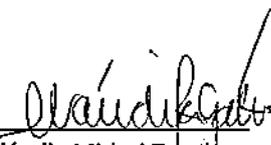
Klimt	
Avaliador	Nota
Alexandre	4,5
Cláudia	4,5
Sonia	5,0
Média	4,7

Lua360	
Avaliador	Nota
Alexandre	5,0
Cláudia	5,0
Sonia	5,0
Média	5,0

Rino Com	
Avaliador	Nota
Alexandre	5,0
Cláudia	5,0
Sonia	4,5
Média	4,8

Veraz	
Avaliador	Nota
Alexandre	4,0
Cláudia	4,5
Sonia	4,5
Média	4,3


Alexandre Moitinho
Cano de Medeiros


Cláudia Midori Tanabe
Galvão


Sonia Serrilheira

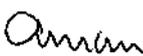
São Paulo, 19 de dezembro de 2018

Agência	Área Com. Prop. Mkt	Avaliação	Alexandre Moitinho C. de Medeiros
----------------	----------------------------	------------------	--

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	8,3

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) Nota do Quesito IV (0-5):	3,8

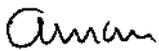
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	18,4

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	8

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
<i>(resultado: média)</i> Nota do Quesito IV (0-5):	5

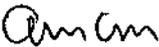
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	10

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 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
(resultado: média) Nota do Quesito IV (0-5):	5

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

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	8

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>(resultado: média) Nota do Quesito IV (0-5):</p>	4,3

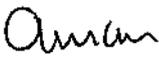
<p>Assinatura do(a) responsável pela avaliação:</p> <p><i>Amam</i></p>	<p>Data: 19/12/2018</p>
--	-------------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	8

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
<i>(resultado: média)</i> Nota do Quesito IV (0-5):	4,5

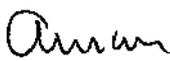
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	18

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	8,7

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) Nota do Quesito IV (0-5): 4,5	

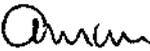
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	10

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) Nota do Quesito IV (0-5):	5

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

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	10

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) Nota do Quesito IV (0-5):	5

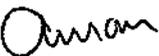
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 19/12/2018
---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	18

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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 vídeo da campanha do Coren-RS é longo e pouco cativante</i>		8
<i>(resultado: média)</i>	Nota do Quesito III (0-10):	8

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; <i>A campanha mescla ações de estímulo ao pagamento com prestação de contas, sem vincular as ideias como parte de uma mesma proposta</i></p>	4
<p>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></p>	3
<p>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></p>	4
<p>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></p>	5
<p>(resultado: média) Nota do Quesito IV (0-5):</p>	4

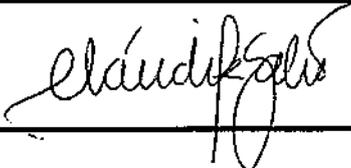
<p>Assinatura do(a) responsável pela avaliação: </p>	<p>Data: 19/12/2018</p>
--	-------------------------

Agência	Área Com. Prop. Mkt	Avaliação	Claudia Midori Tanabe Galvão
----------------	----------------------------	------------------	-------------------------------------

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	19,6

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	9,33333

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> Nota do Quesito IV (0-5):	4,5

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

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	18,4

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	8

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> Nota do Quesito IV (0-5): 5	

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

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	10

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>trouxe 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> Nota do Quesito IV (0-5): 5	

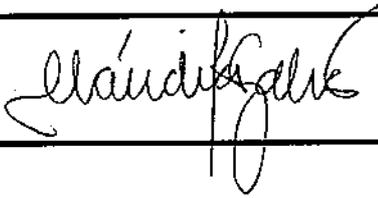
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 11/12/2018
--	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	19,2

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	10

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

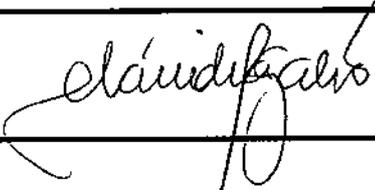
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	 Data: 07/12/2018
--	---

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	19,2

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	8,7

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> Nota do Quesito IV (0-5): 4,5	

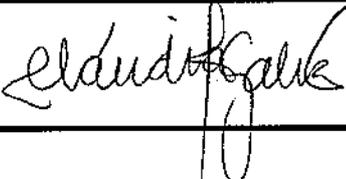
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 13/12/2018
--	---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	19,2

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	8

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> Nota do Quesito IV (0-5): 4,5	

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

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	9,3

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> Nota do Quesito IV (0-5):	5

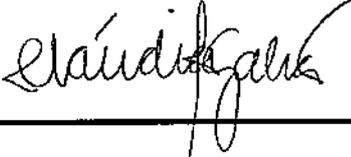
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 05/12/2018
--	-------------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	10

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 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> Nota do Quesito IV (0-5): 5	

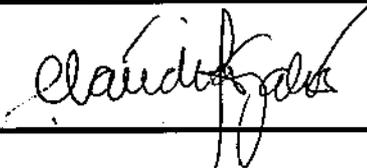
Assinatura do(a) responsável pela avaliação: 	Data: 11/12/2018
--	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento		Parciais (0-20)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	18,4

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-10)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	7,3

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> Nota do Quesito IV (0-5): 4,5	

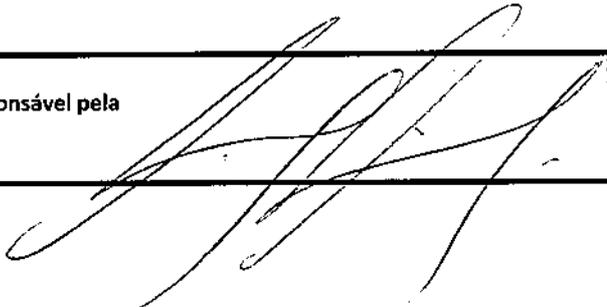
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 05/12/2018
--	---	------------------

Agência	Área Com. Prop. Mkt	Avaliação	Sonia Servilheira
----------------	----------------------------	------------------	--------------------------

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	9,7

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
(resultado: soma) Nota do Quesito IV (0-5):	4,8

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

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	18

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	7,3

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>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> Nota do Quesito IV (0-5): 5	

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

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	9

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>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> Nota do Quesito IV (0-5):	4,8

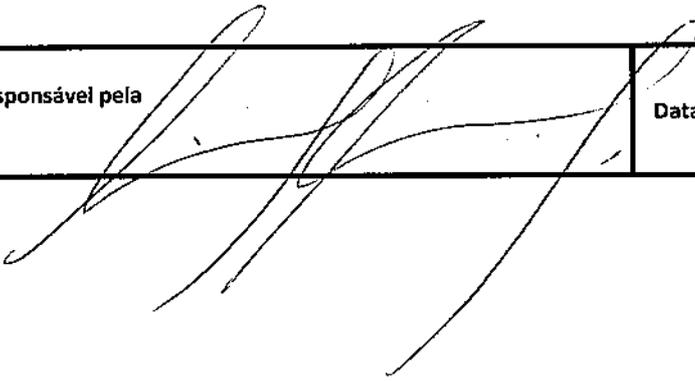
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	Data: 12/12/2018
--	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:	Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20): 19,5

10.2.3. Quesito III – Repertório	Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10): 10,0

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> Nota do Quesito IV (0-5): 4,3	

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

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	6,5

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> Nota do Quesito IV (0-5):	4,1

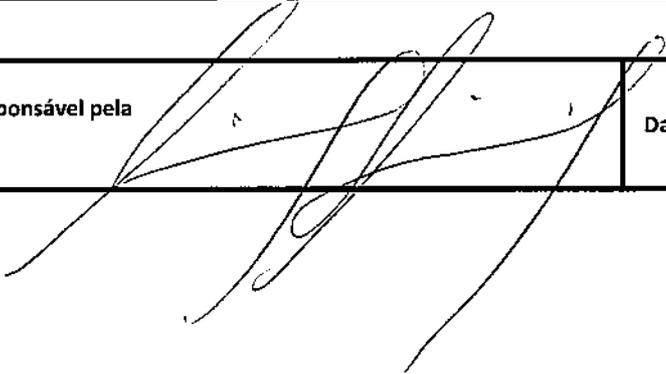
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	Data: 12/12/2018
--	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	17

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	6

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 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>	Nota do Quesito IV (0-5):	5

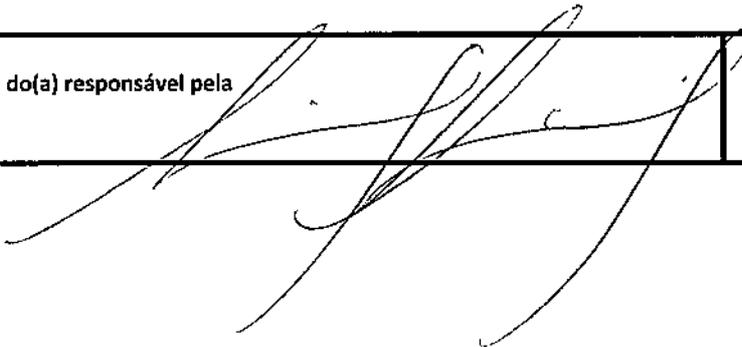
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	19,8

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	9,3

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>	Nota do Quesito IV (0-5):	5

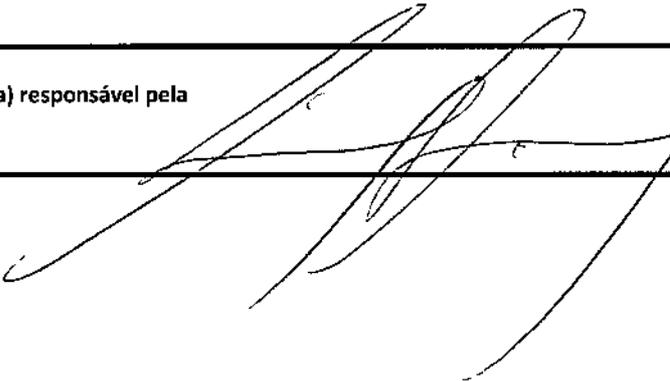
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	20

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	9,7

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 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>	Nota do Quesito IV (0-5):	4,5

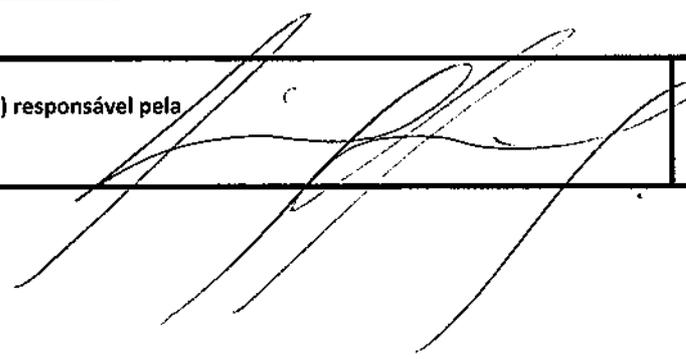
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 12/12/2018
--	---	------------------

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

10.2.2. Quesito II – Capacidade de Atendimento:		Parciais (0-4)
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>	Nota do Quesito II (0-20):	17,8

10.2.3. Quesito III – Repertório		Parciais (0-3,3)
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>	Nota do Quesito III (0-10):	7,3

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>	Nota do Quesito IV (0-5):	4,5

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