

Empresa:	BRICK	Avaliador(a):	Nathany Batista
-----------------	--------------	----------------------	------------------------

9.4.5. Quesito 2 - Capacidade de atendimento	Parciais (0-10)
9.4.5.1. o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um <i>A agência é de grande porte, com sede também em SP Capital. Atende conselhos de classe na área da saúde e que mesmo há pouco tempo é um ponto positivo pois entende que a mesma já possui experiência para atender as</i>	9
9.4.5.2. a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Coren-SP <i>A agência possui mais de 50 colaboradores bem capacitados, o que é positivo para atender o COREN-SP.</i>	10
9.4.5.3. a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Coren-SP na execução do contrato <i>A agência possui infraestrutura adequada e instalações próprias, o que é positivo para atender o COREN-SP</i>	10
9.4.5.4. funcionalidade do relacionamento operacional entre a licitante e o Coren-SP <i>Mesmo com pouca experiência na área da saúde, entende-se que a agência possui funcionalidade operacional para atender o COREN-SP</i>	9
9.4.5.5. a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Coren-SP <i>A agência utiliza ferramentas relevantes para atender o COREN-SP.</i>	10
Pontos do Quesito 2 (0-20): 19,2	

9.4.6. Quesito 3 - Repertório	Parciais (0-10)
9.4.6.1. a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação <i>A agência apresentou solução criativa adequada à problemática do cliente e aparentemente atendeu a necessidade do cliente (mesmo sem apresentação de resultados concretos)</i>	6,5
9.4.6.2. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo <i>Há clareza e precisão das mensagens nas peças, porém a agência poderia ter escolhido meios de comunicação mais eficazes para atingir os públicos-alvos. Todos os exemplos foram veiculados em meios de comunicação</i>	6,5
9.4.6.3. a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças <i>A peças possuem boa qualidade e acabamento, além de boa execução.</i>	8
Pontos do Quesito 3 (0-10): 7,0	

9.4.7. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		Parciais (0-10)
9.4.7.1. a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária	A agência apresentou evidências claras de que se empenhou para entregar os resultados do desafio apresentado pelo cliente.	8
9.4.7.2. a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente		
Aparenta indícios positivos de que a solução criativa contribuiu para o objetivo do cliente		9
9.4.7.3. a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos	O desafio apresentado foi aparentemente atingido pela agencia, mesmo sem resultados concretos.	7,5
9.4.7.4. o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante	O encadeamento foi satisfatório.	8
Pontos do Quesito 4 (0-5):		4,1

Empresa: BRICK		Pontos Quesitos 2, 3 e 4 - Capacidade, Repertório e Relatos:		30,3
Assinatura do(a) avaliador(a):	<div>DocuSigned by: Nathany Batista da Silva 86ED15BC66F9424...</div>		Data:	27/05/2024