

Empresa:	Área	Avaliador(a):	<i>José Leandro Queiroz da Silva</i>
-----------------	-------------	----------------------	--------------------------------------

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>Vasta cartela de clientes do segmento público e de autarquias, ambas com longevidade, fator que demonstra expertise com a prestação de contas de publicidade no segmento público.</i>		10
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 <i>Profissionais em quantidade satisfatória e com experiência no desenvolvimento de estratégias para o segmento público e de autarquias.</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>Infraestrutura adequada, com espaços amplos e sede na capital paulista. Não possui estúdio próprio.</i>		9
9.4.5.4. funcionalidade do relacionamento operacional entre a licitante e o Coren-SP <i>Atendimento descrito apresenta-se funcional e com prazos válidos para as demandas da autarquia com peças avulsas entregues em até 24h.</i>		10
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 <i>Informações relevantes. Possui parceria com institutos de pesquisa.</i>		10
Pontos do Quesito 2 (0-20):		19,6

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>Apresenta soluções adequadas a natureza dos clientes que são públicos. Poderia apresentar mais ousadia em relação à criatividade das soluções.</i>		9
9.4.6.2. a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo <i>As mensagens aparecem com extrema clareza.</i>		10
9.4.6.3. a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças <i>Peças bem produzidas com qualidade de execução e acabamentos satisfatórios.</i>		9,5
Pontos do Quesito 3 (0-10):		9,5

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	<i>Há evidências claras de um planejamento estratégico assertivo nos dois casos apresentados.</i>	10
9.4.7.2. a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente	<i>Há evidências da contribuição da estratégia no alcance dos resultados. A impossibilidade da divulgação da aprovação do governo de Santa Bárbara D'Oeste impede a análise de modo mais efetivo.</i>	9
9.4.7.3. a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos	<i>Há campanha do CAU apresenta elevada complexidade, assim como a melhoria da aprovação de um governo municipal.</i>	10
9.4.7.4. o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante	<i>Relato apresentado com lógica de exposição.</i>	10
Pontos do Quesito 4 (0-5):		4,9

Empresa: Área		Pontos Quesitos 2, 3 e 4 - Capacidade, Repertório e Relatos:		34,0
Assinatura do(a) avaliador(a):		Data:	27/05/2024	