

## Ata de Julgamento da proposta técnica concorrência pública 002/2019

Às 11 horas do dia 03 de setembro de 2019, reuniu-se a subcomissão técnica para avaliação das propostas referentes à Concorrência Pública 002/2019, para a contratação de agência de publicidade para a Prefeitura Municipal de Sorriso.

A comissão técnica na oportunidade recebeu 07 (sete) envelopes não-identificados (Envelope 01) e 07 (sete) envelopes identificados das empresas: **AGÊNCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI, CASA D' IDÉIAS MARKETING E PROPAGANDA, MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, M. VITORINO DA SILVA, MORITA E PEREIRA LTDA, RENCA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA, STUDIO 1 COMUNICAÇÃO LTDA ME.** Ainda no dia 03, a Subcomissão Técnica seguiu analisando a documentação até as 17:00 horas com a avaliação de 3 (três) envelopes não identificados. O trabalho foi interrompido e retomado às 7 horas do dia 4, quando persistiu até as 14h30.

Foram analisados os 4 (quatro) envelopes não-identificados restantes. Destes, 2 (dois), os envelopes F e G, foram desclassificados, por apresentarem os trabalhos em tamanhos e materiais (papel fora do padrão) diferentes dos exigidos no edital.

Somente depois das análises dos não-identificados, é que a Comissão partiu para a análise da Capacidade de Atendimento.

O resultado foi o seguinte:

Envelope 01 – Via não identificada do Plano de Comunicação:

Envelope A: 34,95

Envelope B: 38,78

Envelope C: 11,88

Envelope D: 10,59

Envelope E: 68,17

Envelope F: desclassificada

Envelope G: desclassificada

A planilha de julgamento em anexo relata eventuais apontamentos e a pontuação detalhada relativos às análises realizadas por esta comissão.

No tocante ao Envelope 03 - Capacidade de Atendimento, o resultado foi:

Handwritten signatures in blue ink, including a large signature at the top right and a smaller one at the bottom right.

Gonçalves Cordeiro: 19,13

Mercatto: 18,40

Renca: 25,81

MB Publicidade: 26,88

Casa D´Ideias: 24,59

Perk: 18,35

S1: 18,24

A planilha de julgamento também traz apontamentos e a pontuação detalhada relativos às análises.

Encerradas as análises, encaminhamos as planilhas para que a Comissão de Licitação prossiga com os trabalhos. Nada mais havendo, lavramos a seguinte ata, que, após lida e aprovada, vai assinada por quem de direito.

Comissão Técnica:




Adriano Carneiro

Michel Ferreira

Nádia Mastella

## EMPRESA A

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 2 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PMS e entendimento,	a) Das características da PMS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Pontuação Máxima 6,0 Pontos	2	2	2	2
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMS com seus público. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	1,8	1,8	2	1,6
	c) Do papel da PMS no atual contexto social, político e econômico. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	1,666666667	1,2	2	1,8
Máximo 20 Pontos	Subtotal	5,466666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	Texto confuso, com problemas ligados à pontuação e concordância e também dados equivocados sobre o município. Um exemplo é a questão do entroncamento rodoviário, etc.				
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 02 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PMS, conforme briefing. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	2,933333333	3	3	2,8
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	3	3	3	3
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da PMS com seus públicos. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	3,066666667	3	3	3,2
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	2,933333333	3	3	2,8
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	3	3	3	3
Máxima 20 Pontos	Subtotal	14,93333333			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
3) IDEIA CRIATIVA - Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	1,966666667	2	2	1,9
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PMS. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,85	0,75	0,9	0,9

c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Pontuação Máxima 2,0 Pontos	1,4	1,4	1,5	1,3	
d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,1	1,3	1	1	
e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1	1	1	1	
f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela PMS. E sua inserção na sociedade. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,933333333	1	1	0,8	
g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,866666667	0,7	1	0,9	
h) A exequibilidade das peças. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,666666667	0,7	0,8	0,5	
linguagem das peças aos meios proposto. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,133333333	1,2	1	1,2	
Máximo 15 Pontos	Subtotal	9,916666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	Fonte: palavras estão todas no mesmo tamanho?				
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - Texto de ate duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,666666667	0,4	0,8	0,8
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,733333333	0,6	0,8	0,8
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação ás duas alíneas anteriores. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,5	0,5	0,6	0,4
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	1,2	1,2	1	1,4
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,666666667	0,7	0,9	0,4
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,866666667	1	0,8	0,8
Máximo 15 Pontos	Subtotal	4,633333333			
<b>Análise da Comissão:</b>					
	<b>TOTAL</b>	<b>34,95</b>			

EMPRESA B

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
1 – RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 2 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PMS e entendimento,	a) Das características da PMS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Pontuação Máxima 6,0 Pontos	4,733333333	5,2	5	4
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMS com seus público. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	5,433333333	5,5	6	4,8
	c) Do papel da PMS no atual contexto social, político e econômico. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	5,5	5,5	6	5
Máximo 20 Pontos	Subtotal	15,66666667			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 02 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PMS, conforme briefing. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	2,833333333	3	3	2,5
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	2,833333333	3	3	2,5
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da PMS com seus públicos. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	2,6	2,8	3	2
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	2,6	2,8	3	2
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	2,9	2,9	3	2,8
Máxima 20 Pontos	Subtotal	13,76666667			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
3) IDEIA CRIATIVA - Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	1,633333333	1,5	1,9	1,5
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PMS. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,866666667	0,8	1	0,8

	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Pontuação Máxima 2,0 Pontos	1,25	1,25	1,5	1
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,6	0,5	0,8	0,5
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,733333333	0,7	0,9	0,6
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela PMS. E sua inserção na sociedade. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,6	0,6	0,8	0,4
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,633333333	0,5	0,8	0,6
	h) A exequibilidade das peças. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,633333333	0,5	0,8	0,6
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios proposto. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,633333333	0,5	0,8	0,6
Máximo 15 Pontos	Subtotal	7,583333333			
<b>Análise da Comissão:</b>					
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - Texto de ate duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,533333333	0,4	0,8	0,4
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,533333333	0,5	0,7	0,4
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0	0	0	0
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0	0	0	0
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0	0	0	0
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,7	0,7	0,8	0,6
Máximo 15 Pontos	Subtotal	1,766666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	Atenção: Radio Jovem FM é comunitária, sendo assim o repasse não pode ser feito da maneira proposta. Faltam veiculos relevantes na cidade. A campanha foi proposta para 31 dias, e não 30, conforme edital.				

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten mark]*

*[Handwritten mark]*

	TOTAL	38,78			
--	-------	-------	--	--	--

EMPRESA C

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
1 – RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 2 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PMS e entendimento,	a) Das características da PMS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Pontuação Máxima 6,0 Pontos	0,533333333	0,4	0,5	0,7
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMS com seus público. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	0,5	0,5	0,5	0,5
	c) Do papel da PMS no atual contexto social, político e econômico. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	0,4	0,4	0,5	0,3
Máximo 20 Pontos	Subtotal	1,433333333			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 02 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PMS, conforme briefing. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,666666667	0,8	1	0,2
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,766666667	0,7	1	0,6
	desdobramentos desse conceito para a comunicação da PMS com seus públicos. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	1,666666667	2	2	1
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,733333333	0,7	1	0,5
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,35	0,35	0,5	0,2
Máxima 20 Pontos	Subtotal	4,183333333			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
3) IDEIA CRIATIVA - Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,25	0,25	0,3	0,2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PMS. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,223333333	0,27	0,2	0,2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Pontuação Máxima 2,0 Pontos	0,343333333	0,23	0,5	0,3



d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Pontuação Máxima 1,5 Pontos		0,7	0,9	0,3	0,9
e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,633333333		1	0,3	0,6
f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela PMS. E sua inserção na sociedade. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,183333333		0,25	0,2	0,1
g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,136666667		0,11	0,2	0,1
h) A exequibilidade das peças. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,133333333		0,1	0,2	0,1
i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios proposto. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,133333333		0,2	0,1	0,1
Máximo 15 Pontos	Subtotal	2,736666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	Texto confuso, prolixo e com erros ortográficos.				
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - Texto de ate duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,643333333	0,53	0,8	0,6
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,543333333	0,43	0,7	0,5
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,503333333	0,51	0,7	0,3
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,543333333	0,43	0,7	0,5
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,66	0,48	0,7	0,8
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,633333333	0,6	0,7	0,6
Máximo 15 Pontos	Subtotal	3,526666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	Texto confuso, prolixo e com erros ortográficos. Deixou veículos da cidade de fora e destinou para veículos de fora do município.				
	<b>TOTAL</b>	11,88			

## EMPRESA D

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 2 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PMS e entendimento,	a) Das características da PMS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Pontuação Máxima 6,0 Pontos	0,966666667	1	1	0,9
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMS com seus público. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	1,133333333	1,1	1,3	1
	c) Do papel da PMS no atual contexto social, político e econômico. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	1,3	1,2	1,5	1,2
Máximo 20 Pontos	Subtotal	3,4			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 02 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PMS, conforme briefing. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,8	0,9	0,9	0,6
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,7	0,7	0,8	0,6
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da PMS com seus públicos. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,583333333	0,65	0,7	0,4
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,683333333	0,55	0,7	0,8
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0,45	0,35	0,7	0,3
Máxima 20 Pontos	Subtotal	3,216666667			
<b>Análise da Comissão:</b>					
O texto é inconsistente diante da proposta, carece de argumentos baseados em dados, e, além disso, parece voltado ao Legislativo, tanto que até cita o site da Câmara de Vereadores.					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
3) IDEIA CRIATIVA - Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,31	0,33	0,3	0,3
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PMS. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,316666667	0,35	0,3	0,3
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Pontuação Máxima 2,0 Pontos	0,843333333	0,81	0,9	0,82

	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,5	0,4	0,6	0,5
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,566666667	0,9	0,4	0,4
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela PMS. E sua inserção na sociedade. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,133333333	0,1	0,2	0,1
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0,2	0,2	0,2	0,2
	h) A exequibilidade das peças. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0	0	0	0
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios proposto. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0	0	0	0
Máximo 15 Pontos	Subtotal	2,87			
<b>Análise da Comissão:</b>	Texto com erros ortográficos, palavras com sentido dúbio, falta de concordância e de consistência de conteúdo. Não abrange veículos de grande alcance no município e destina verba para aquisição de mídia em Rádio Comunitária, o que é vedado por lei.				
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - Texto de ate duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,466666667	0,4	0,5	0,5
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,266666667	0,4	0,3	0,1
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,233333333	0,2	0,2	0,3
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0,133333333	0,1	0,2	0,1
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0	0	0	0
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0	0	0	0
Máximo 15 Pontos	Subtotal	1,1			
<b>Análise da Comissão:</b>					
	<b>TOTAL</b>	<b>10,59</b>			

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
1 – RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 2 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PMS e entendimento,	a) Das características da PMS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Pontuação Máxima 6,0 Pontos	6	6	6	6
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMS com seus público. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	7	7	7	7
	c) Do papel da PMS no atual contexto social, político e econômico. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	7	7	7	7
Máximo 20 Pontos	Subtotal	20			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 02 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PMS, conforme briefing. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	4	4	4	4
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	3,983333333	3,95	4	4
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da PMS com seus públicos. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	3,99	3,97	4	4
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	3,7	3,9	3,5	3,7
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	4	4	4	4
Máxima 20 Pontos	Subtotal	19,67333333			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
3) IDEIA CRIATIVA - Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	2,5	2,5	2,5	2,5
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PMS. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,466666667	1,4	1,5	1,5

	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Pontuação Máxima 2,0 Pontos	1,633333333	2	1,3	1,6
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,4	1,4	1,4	1,4
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,466666667	1,5	1,4	1,5
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela PMS. E sua inserção na sociedade. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,45	1,45	1,4	1,5
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,45	1,45	1,4	1,5
	h) A exequibilidade das peças. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,233333333	1,3	0,9	1,5
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios proposto. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	1,366666667	1,4	1,2	1,5
Máximo 15 Pontos	Subtotal	13,96666667			
<b>Análise da Comissão:</b>					
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - Texto de ate duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	2,5	2,5	2,5	2,5
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	2,433333333	2,5	2,3	2,5
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	2,383333333	2,45	2,3	2,4
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	2,383333333	2,45	2,3	2,4
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	2,433333333	2,5	2,3	2,5
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	2,396666667	2,49	2,3	2,4
Máximo 15 Pontos	Subtotal	14,53			
<b>Análise da Comissão:</b>					
	TOTAL	68,17			

## EMPRESA F

Desclassificada por não obedecer os critérios para apresentação do material em especial o item 3.4 e 6.2.2

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
1 – RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 2 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PMS e entendimento,	a) Das características da PMS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Pontuação Máxima 6,0 Pontos	0			
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMS com seus público. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	0			
	c) Do papel da PMS no atual contexto social, político e econômico. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	0			
Máximo 20 Pontos	Subtotal	0			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 02 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PMS, conforme briefing. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da PMS com seus públicos. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
Máxima 20 Pontos	Subtotal	0			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
3) IDEIA CRIATIVA - Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PMS. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			

	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Pontuação Máxima 2,0 Pontos	0			
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela PMS. E sua inserção na sociedade. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	h) A exequibilidade das peças. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios proposto. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
Máximo 15 Pontos	Subtotal	0			
<b>Análise da Comissão:</b>					
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - Texto de ate duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
Máximo 15 Pontos	Subtotal	0			
<b>Análise da Comissão:</b>					
	TOTAL	0,00			

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
1 – RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 2 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a PMS e entendimento,	a) Das características da PMS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Pontuação Máxima 6,0 Pontos	0			
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PMS com seus público. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	0			
	c) Do papel da PMS no atual contexto social, político e econômico. Pontuação Máxima 7,0 Pontos	0			
	Máximo 20 Pontos	Subtotal	0		
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até 02 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PMS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da PMS, conforme briefing. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da PMS com seus públicos. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Pontuação Máxima 4,0 Pontos	0			
Máxima 20 Pontos	Subtotal	0			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
3) IDEIA CRIATIVA - Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da PMS. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			



	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Pontuação Máxima 2,0 Pontos	0			
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	f) Sua pertinência a atividade desenvolvida pela PMS. E sua inserção na sociedade. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentada. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	h) A exequibilidade das peças. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios proposto. Pontuação Máxima 1,5 Pontos	0			
Máximo 15 Pontos	Subtotal	0			
<b>Análise da Comissão:</b>					
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - Texto de ate duas laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da PMS. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. Pontuação Máxima 2,5 Pontos	0			
Máximo 15 Pontos	Subtotal	0			
<b>Análise da Comissão:</b>					
	<b>TOTAL</b>	<b>0,00</b>			

EMPRESA GONÇALVES CORDEIRO

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,67	1,71	1,9	1,4
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,623333333	1,67	1,9	1,3
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,736666667	1,71	1,9	1,6
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,336666667	1,11	1,9	1
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,366666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	A empresa informa que disponibilizará um executivo de contas, mas não deixa claro que ficará no município.				
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
REPERTÓRIO: Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,26	1,28	1,3	1,2
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,376666667	1,33	1,5	1,3
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,17	1,11	1,2	1,2
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,256666667	1,27	1,3	1,2
	e) Qualidade da execução do acabamento. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,34	1,22	1,5	1,3
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,403333333			

<b>Análise da Comissão:</b>		O resultado do trabalho é satisfatório			
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,83	1,89	2	1,6
	b) Evidência de planejamento publicitário. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,836666667	2,11	1,8	1,6
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,456666667	1,17	1,8	1,4
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,236666667	1,11	1,2	1,4
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,36			
<b>Análise da Comissão:</b>		Trabalho satisfatório			
		<b>Total</b>	19,13		

EMPRESA MERCATTO

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros. Pontuação Máxima 2,5 pontos	0	2,31	2,5	2
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,463333333	1,19	2	1,2
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,143333333	2,33	2,2	1,9
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,036666667	1,21	1	0,9
Máximo 10 Pontos	Subtotal	4,643333333			
<b>Análise da Comissão:</b>	Não ficou claro que haverá um contato da agência aqui em Sorriso para atender a Prefeitura				
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
REPERTÓRIO: Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,3	1,1	1,6	1,2
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,403333333	1,21	1,6	1,4
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,67	1,61	2	1,4
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,776666667	1,73	2	1,6
	e) Qualidade da execução do acabamento. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,45	1,65	1,4	1,3
Máximo 10 Pontos	Subtotal	7,6			

Análise da Comissão:					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,693333333	1,68	2	1,4
	b) Evidência de planejamento publicitário. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,436666667	1,11	1,8	1,4
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,43	1,29	2	1
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,593333333	1,88	1,9	1
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,153333333			
Análise da Comissão:					
	<b>Total</b>	18,40			

EMPRESA RENCA

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,043333333	1,93	2,4	1,8
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,846666667	1,64	2,4	1,5
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,166666667	2,4	2,5	1,6
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,333333333	2,5	2,5	2
Máximo 10 Pontos	Subtotal	8,39			
<b>Análise da Comissão:</b>	A empresa informa que destinará um profissional exclusivo para fazer o atendimento constante das demandas.				
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
REPERTÓRIO: Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,386666667	1,26	1,7	1,2
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,603333333	1,61	1,8	1,4
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,746666667	1,84	1,8	1,6
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,76	1,78	1,9	1,6
	e) Qualidade da execução do acabamento. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,51	1,63	1,5	1,4
Máximo 10 Pontos	Subtotal	8,006666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	Repertório satisfatório				
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel

RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,406666667	2,42	2,5	2,3
	b) Evidência de planejamento publicitário. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,396666667	2,39	2,5	2,3
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,376666667	2,33	2,5	2,3
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,236666667	2,21	2,5	2
Máximo 10 Pontos	Subtotal	9,416666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	Empresa demonstrou capacidade de planejamento, articulação e inovação na solução de problemas				
	<b>Total</b>	25,81			

EMPRESA MB PUBLICIDADE

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,276666667	2,43	2	2,4
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,13	2,39	1,8	2,2
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,196666667	2,29	1,9	2,4
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,93	2,49	1	2,3
Máximo 10 Pontos	Subtotal	8,533333333			
<b>Análise da Comissão:</b>	Ponto positivo: atende instituições públicas de municípios da região, mas não informou que destinará um profissional para atuar especificamente no município.				
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
REPERTÓRIO: Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,666666667	1,7	1,3	2
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,693333333	1,78	1,5	1,8
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,73	1,99	1,4	1,8
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,69	1,87	1,2	2
	e) Qualidade da execução do acabamento. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,576666667	1,73	1,3	1,7
Máximo 10 Pontos	Subtotal	8,356666667			



<b>Análise da Comissão:</b>		As peças apresentadas mostraram um desempenho satisfatório da agência.			
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,496666667	2,49	2,5	2,5
	b) Evidência de planejamento publicitário. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,493333333	2,48	2,5	2,5
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,5	2,5	2,5	2,5
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,5	2,5	2,5	2,5
Máximo 10 Pontos	Subtotal	9,99			
<b>Análise da Comissão:</b>		A agência mostrou assertividade na utilização dos recursos, gerando resultado com eficiência.			
		<b>Total</b>	26,88		

EMPRESA CASA D'IDÉIAS

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,633333333	1,9	2	1
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,766666667	1,5	2,5	1,3
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,673333333	1,72	2	1,3
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,07	1,21	1	1
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,143333333			
<b>Análise da Comissão:</b> A empresa informa que disponibilizará um titular da conta, mas não com atendimento presencial.					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
REPERTÓRIO: Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,9	1,8	2	1,9
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,966666667	2	2	1,9
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,866666667	1,8	1,9	1,9
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,9	1,8	2	1,9
	e) Qualidade da execução do acabamento. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,966666667	2	2	1,9
Máximo 10 Pontos	Subtotal	9,6			
<b>Análise da Comissão:</b>					
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel

RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,3	2,2	2,4	2,3
	b) Evidência de planejamento publicitário. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,23	2,39	2,4	1,9
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,12	2,36	2,4	1,6
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,193333333	2,28	2,4	1,9
Máximo 10 Pontos	Subtotal	8,843333333			
<b>Análise da Comissão:</b>	O case relata a ação eficiente para a mudança positiva da imagem institucional do cliente.				
	<b>Total</b>	24,59			

EMPRESA PERK

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,033333333	1,1	1	1
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1	1	1	1
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1	1	1	1
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,4	1,3	1,5	1,4
Máximo 10 Pontos	Subtotal	4,433333333			
<b>Análise da Comissão:</b>	Não encontramos a informação de que será destinado um profissional para atender a PMS aqui no município.				
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
REPERTÓRIO: Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,1	1,3	1	1
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,433333333	1,3	1,5	1,5
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,123333333	1,37	1	1
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,323333333	1,27	1,4	1,3
	e) Qualidade da execução do acabamento. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,33	1,39	1,3	1,3
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,31			

<b>Análise da Comissão:</b>		O material atende às demandas propostas.			
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos avaliados</b>	<b>Pontuação Média</b>	<b>Adriano</b>	<b>Nádia</b>	<b>Michel</b>
RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,43	1,39	1,5	1,4
	b) Evidência de planejamento publicitário. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,966666667	2	2	1,9
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,076666667	2,33	2	1,9
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,5 pontos	2,136666667	2,41	2	2
Máximo 10 Pontos	Subtotal	7,61			
<b>Análise da Comissão:</b>	A Agência atendeu as demandas propostas pelos clientes de maneira satisfatória.				
	<b>Total</b>	18,35			

EMPRESA S1 COMUNICAÇÃO

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,4	1,5	1,5	1,2
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,666666667	1,8	2	1,2
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente à disposição da PMS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,8	1,8	2	1,6
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a PMS e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,533333333	1,6	1,9	1,1
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,4			
<b>Análise da Comissão:</b>	Não encontramos a afirmação de que a agência vai disponibilizar um profissional para atuar diretamente com a Prefeitura, aqui no município.				
Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
REPERTÓRIO: Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,5	1,7	1,5	1,3
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Pontuação Máxima 2,0 pontos	0,866666667	0,85	0,9	0,85
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,0 pontos	0,783333333	0,85	0,9	0,6
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,0 pontos	0,876666667	0,93	1	0,7
	e) Qualidade da execução do acabamento. Pontuação Máxima 2,0 pontos	1,2	1,3	1,4	0,9
Máximo 10 Pontos	Subtotal	5,226666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	O material é razoável.				

Quesitos	Aspectos avaliados	Pontuação Média	Adriano	Nádia	Michel
RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO descrições de soluções e problemas de comunicação formalmente referendados pelos respectivos anunciantes.	a) Concatenação lógica da exposição. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,666666667	1,8	2	1,2
	b) Evidência de planejamento publicitário. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,683333333	1,85	2	1,2
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,583333333	1,75	2	1
	d) Relevância dos resultados apresentados. Pontuação Máxima 2,5 pontos	1,683333333	1,85	2	1,2
Máximo 10 Pontos	Subtotal	6,616666667			
<b>Análise da Comissão:</b>	Os cases apresentados mostram uma atuação eficiente da agência, com bons resultados.				
	<b>Total</b>	18,24			