

CÂMARA MUNICIPAL DE ALTA FLORESTA-MT
 ANEXO V – TOMADA DE PREÇO Nº. 001-2020
 JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS

EMPRESA: Agência Tradicional e Digital Eireli - ME
MEMBRO SUBCOMISSÃO:

| | | |
|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Lindomar Arcanjo Leal | Pedrilan Reinaldo da Cruz | Fernando Sena Sampaio |
|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------|

| QUESITOS | ASPECTOS AVALIADOS | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO |
|--|--|-----------------|-------------|-------------|
| 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 8 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento sobre a CM de Alta Floresta e entendimento. | a) Das funções e do papel da CONTRATANTE nos contexto social, político e econômico (0 a 5 pontos) | 4 | 4 | 4,5 |
| | b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos (0 a 2 pontos) | 1,5 | 1,5 | 2 |
| | c) Das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (0 a 3 pontos) | 2,5 | 2 | 2,5 |
| | d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos) | 1,5 | 1,5 | 2 |
| | e) do(s) desafio (s) ou do(s) problema(S), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Contratante (0 a 1 ponto) | 1 | 1 | 1 |
| | f) das necessidades de comunicação da Contratante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema (s) (0 a 2 pontos) | 1,5 | 1,5 | 2 |
| | SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS) | | 12 | 11,5 |
| | | SUBTOTAL | | 37,5 |
| QUESITOS | ASPECTOS AVALIADOS | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO |
| 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - Texto de até 8 laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da Câmara Municipal de Alta Floresta. Deverá conter no mínimo 25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a 50 (cinquenta) linhas. | a) A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação da Contratante e seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação (0 a 6 pontos) | 5 | 5 | 3 |
| | b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa do partido temático e do conceito propostos (0 a 2 pontos) | 1,8 | 1 | 2 |
| | c) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Contratante com seus públicos (0 a 2 pontos) | 1,2 | 1 | 2 |
| | d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Alta Floresta (0 a 6 pontos) | 3,6 | 3 | 4 |
| | e) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (0 a 3 pontos) | 2,4 | 1 | 3 |
| | f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Contratante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e as metas por ele desejadas e a verba disponível (0 a 2 pontos) | 0,5 | 1 | 2 |
| | SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS) | | 14,5 | 12 |
| | | SUBTOTAL | | 42,5 |
| QUESITOS | ASPECTOS AVALIADOS | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO |
| 3 - IDEIA CRIATIVA Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de | a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3 pontos) | 2,5 | 2 | 2 |
| | b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (0 a 2 pontos) | 1,5 | 1 | 1 |
| | c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (0 a 3 pontos) | 2 | 2 | 2 |
| | d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos) | 2 | 1,5 | 2 |
| | e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (0 a 2 pontos) | 1 | 1 | 1 |
| | e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta (0 a 3 pontos) | 2 | 2 | 2 |

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

| | | | | |
|--|--|------------------|------------------|------------------|
| mensagem. Limitado a 10 peças. | f) Sua pertinência às atividades da Contratante e a sua inserção nos contextos social, político e econômico (0 a 2 pontos) | 1 | 1 | 1 |
| | g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados (0 a 2 pontos) | 1,5 | 1 | 1 |
| | h) A exequibilidade das peças e ou do material (0 a 2 pontos) | 1,5 | 1 | 1 |
| | i) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (0 a 3 pontos) | 3 | 2 | 2 |
| | SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS) | 18 | 14,5 | 15 |
| | | SUBTOTAL | | 47,5 |
| QUESITOS | ASPECTOS AVALIADOS | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO |
| 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até 2 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing. | a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários (0 a 3 pontos) | 2,5 | 2 | 2 |
| | b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (0 a 2 pontos) | 1,5 | 1 | 1 |
| | c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (0 a 2 pontos) | 2 | 1,8 | 2 |
| | d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Contratante (0 a 1 ponto) | 1 | 1 | 1 |
| | e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material (0 a 1 ponto) | 1 | 0,5 | 1 |
| | f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (0 a 1 pontos) | 0,5 | 0,5 | 1 |
| SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS) | | 8,5 | 6,8 | 8 |
| | | SUBTOTAL | | 23,3 |
| | | TOTAL | | 150,8 |

| QUESITOS | ASPECTOS AVALIADOS | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO |
|--|---|------------|------------|-------------|
| 5 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infra-estrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais. | a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (0 a 2 pontos) | 2,0 | 1,5 | 2,0 |
| | b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (0 a 2 pontos) | 1,5 | 2,0 | 2,0 |
| | c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Contratante (0 a 3 pontos) | 2,5 | 2,5 | 2,0 |
| | d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (0 a 1 ponto) | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| | e) a operacionalidade do relacionamento entre a Contratante e a licitante, esquematizado na proposta (0 a 1 ponto) | 0,5 | 0,5 | 1,0 |
| | f) a relevância e a 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 da Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (0 a 1 ponto) | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS) | | 8,5 | 8,5 | 9,0 |
| TOTAL = | | | | 26,0 |
| QUESITOS | ASPECTOS AVALIADOS | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO |
| 6 - REPERTÓRIO - de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a solucionar | a) A idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (0 a 1 ponto) | 5,00 | 3,5 | 4,00 |
| | b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (0 a 3 pontos) | 2,50 | 2,5 | 3,00 |
| | c) A clareza da exposição das informações prestadas (0 a 2 pontos) | 1,50 | 1,5 | 2,00 |

| SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS) | | 9,00 | 7,5 | 9,00 |
|---|--|-----------|-----------|-----------|
| TOTAL = | | | | 25,5 |
| QUESITOS | ASPECTOS AVALIADOS | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO | PONTUAÇÃO |
| Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em 02 laudas. | a) A evidência de planejamento publicitário (0 a 4 pontos) | 3,50 | 3,00 | 4 |
| | b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos) | 2,00 | 2,50 | 3 |
| | c) a relevância dos resultados apresentados (0 a 2 pontos) | 1,50 | 1,50 | 2 |
| | d) Concatenação lógica da exposição (0 a 1 ponto) | 1,00 | 1,00 | 1 |
| SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS) | | 8,00 | 8,00 | 10,00 |
| SUBTOTAL = | | | | 26,0 |
| TOTAL = | | | | 77,5 |
| TOTAL GERAL = | | | | 228,3 |