

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 01

 Total de Pontos: 58

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS - VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | | | |
|--|-----------------------------------|----------------------------|--|---|----|--|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | | |
| | | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | 7 | |
| | | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | | |
| | | | c) Clareza e objetividade. | | | |
| | | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | | |
| | | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | 17 | |
| | | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | | |
| | | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | | |
| | | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | | |
| | | | 3. Ideia Criativa | | | |
| | | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | 21 | |
| | | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | | |
| | | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | | |
| | | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | | |
| | | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | | |
| | | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | | |
| | | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | | |
| | | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | 13 | |
| | | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | | |
| c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | | | | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 58 | | | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 02

 Total de Pontos: 67

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | |
|--|-----------------------------------|--|---|--------------------------------------|--|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | 1. Raciocínio Básico | | | |
| | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 9 | |
| | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | | |
| | | c) Clareza e objetividade. | | | |
| | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | | |
| | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 20 | |
| | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | | |
| | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | | |
| | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | | |
| | | 3. Ideia Criativa | | | |
| | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 24 | |
| | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | | |
| | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | | |
| | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | | |
| | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | | |
| | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | | |
| | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | | |
| | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 14 | |
| | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | | |
| | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 67 | | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante:

03

Total de Pontos:

59

Membro da Comissão:

Jéssica Ribeiro

Assinatura:

Jéssica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | |
|--|-----------------------------------|----------------------------|--|---|-------------------------------|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 8 |
| | | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | |
| | | | c) Clareza e objetividade. | | |
| | | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 16 |
| | | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | |
| | | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | |
| | | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | |
| | | | 3. Ideia Criativa | | |
| | | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 21 |
| | | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | |
| | | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | |
| | | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | |
| | | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | |
| | | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | |
| | | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | |
| | | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 14 |
| | | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | |
| c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | | | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 59 | | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 04

 Total de Pontos: 58

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | |
|--|-----------------------------------|----------------------------|--|---|--------------------------------------|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 8 |
| | | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | |
| | | | c) Clareza e objetividade. | | |
| | | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 16 |
| | | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | |
| | | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | |
| | | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | |
| | | | 3. Ideia Criativa | | |
| | | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 21 |
| | | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | |
| | | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | |
| | | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | |
| | | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | |
| | | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | |
| | | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | |
| | | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 13 |
| | | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | |
| | | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 58 | | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante:

05

Total de Pontos:

45

Membro da Comissão:

Jéssica Ribeiro

Assinatura:

Jéssica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | |
|--|-----------------------------------|--|--|------|--|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | 1. Raciocínio Básico | | | |
| | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; | 7 | |
| | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; | | |
| | | c) Clareza e objetividade. | 9 a 10 – atende com excelência. | | |
| | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | | |
| | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; | 13 | |
| | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; | | |
| | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; | | |
| | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | 18 a 20 - atende com excelência. | | |
| | | 3. Ideia Criativa | | | |
| | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; | 17 | |
| | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; | | |
| | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; | | |
| | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | 22 a 25 – atende com excelência. | | |
| | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | | |
| | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | | |
| | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | | |
| | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; | 8 | |
| | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; | | |
| | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 - atende com excelência. | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 45 | | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 06

 Total de Pontos: 55

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | |
|--|-----------------------------------|----------------------------|--|---|---|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; | Nota Máxima: 0 a 10 8 |
| | | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | 4 a 6 – atende medianamente; | |
| | | | c) Clareza e objetividade. | 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | |
| | | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; | Nota Máxima: 0 a 20 15 |
| | | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; | |
| | | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | 10 a 13 – atende relativamente bem; | |
| | | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | |
| | | | 3. Ideia Criativa | | |
| | | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; | Nota Máxima: 0 a 25 19 |
| | | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | 7 a 10 – atende pouco | |
| | | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | 11 a 14 – atende medianamente; | |
| | | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | 15 a 18 – atende relativamente bem; | |
| | | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | 19 a 21 – atende bem; | |
| | | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | 22 a 25 – atende com excelência. | |
| | | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | |
| | | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; | Nota máxima: 0 a 15 13 |
| | | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; | |
| | | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | | 55 | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante:

07

Total de Pontos:

41

Membro da Comissão:

Jéssica Ribeiro

Assinatura:

Jéssica M. Ribeiro

| QUESITOS - VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA |
|--|--|---|-------------------------------|
| H PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 7 |
| | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | |
| | c) Clareza e objetividade. | | |
| | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 10 |
| | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | |
| | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | |
| | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | |
| | 3. Ideia Criativa | | |
| | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 14 |
| | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | |
| | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | |
| | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | |
| | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | |
| | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | |
| 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | | |
| a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 10 | |
| b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | | |
| c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 41 |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 08

 Total de Pontos: 53

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | |
|--|-----------------------------------|--|---|--------------------------------------|--|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | 1. Raciocínio Básico | | | |
| | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 <u>7</u> | |
| | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | | |
| | | c) Clareza e objetividade. | | | |
| | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | | |
| | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 <u>15</u> | |
| | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | | |
| | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | | |
| | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | | |
| | | 3. Ideia Criativa | | | |
| | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 <u>18</u> | |
| | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | | |
| | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | | |
| | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | | |
| | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | | |
| | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | | |
| | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | | |
| | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 <u>13</u> | |
| | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | | |
| | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | | <u>53</u> | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante:

09

Total de Pontos:

53

Membro da Comissão:

Jéssica Ribeiro

Assinatura:

Jéssica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | | |
|--|-----------------------------------|----------------------------|--|---|-------------------------------|--|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | | |
| | | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; | Nota Máxima: 0 a 10 8 | |
| | | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | 4 a 6 – atende medianamente; | | |
| | | | c) Clareza e objetividade. | 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | | |
| | | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | | |
| | | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; | Nota Máxima: 0 a 20 15 | |
| | | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; | | |
| | | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | 10 a 13 – atende relativamente bem; | | |
| | | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | | |
| | | | 3. Ideia Criativa | | | |
| | | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; | Nota Máxima: 0 a 25 18 | |
| | | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | 7 a 10 – atende pouco | | |
| | | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | 11 a 14 – atende medianamente; | | |
| | | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | 15 a 18 – atende relativamente bem; | | |
| | | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | 19 a 21 – atende bem; | | |
| | | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | 22 a 25 – atende com excelência. | | |
| | | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | | |
| | | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; | Nota máxima: 0 a 15 12 | |
| | | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; | | |
| | | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | | 53 | | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 10

 Total de Pontos: 69

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS - VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA |
|--|--|---|---------------------|
| 1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 |
| | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | |
| | c) Clareza e objetividade. | | 10 |
| | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 |
| | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | |
| | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | |
| | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | 20 |
| | 3. Ideia Criativa | | |
| | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 |
| | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | |
| | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | |
| | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | |
| | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | |
| | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | 25 |
| | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | |
| | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 |
| | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | |
| | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | 14 |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 69 |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 11

 Total de Pontos: 52

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS - VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA |
|--|--|---|-------------------------------|
| H PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 8 |
| | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | |
| | c) Clareza e objetividade. | | |
| | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 13 |
| | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | |
| | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | |
| | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | |
| | 3. Ideia Criativa | | |
| | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco medianamente; 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 18 |
| | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | |
| | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | |
| | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | |
| | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | |
| | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | |
| | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | |
| | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 13 |
| | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | |
| | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 52 |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 12

 Total de Pontos: 48

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | | | |
|----------|-----------------------------------|----------------------------|---|---|-------------------------------|----|--|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | | | |
| | | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; c) Clareza e objetividade. | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 8 | | |
| | | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | | | |
| | | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 12 | | |
| | | | 3. Ideia Criativa | | | | |
| | | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 16 | | |
| | | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | | | |
| | | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 12 | | |
| | | | SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 48 | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante:

13

Total de Pontos:

55

Membro da Comissão:

Jéssica Ribeiro

Assinatura:

Jéssica M. Ribeiro

| QUESITOS - VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA |
|--|--|---|-------------------------------|
| 1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 8 |
| | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | |
| | c) Clareza e objetividade. | | |
| | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 16 |
| | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | |
| | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | |
| | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | |
| | 3. Ideia Criativa | | |
| | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 19 |
| | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | |
| | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | |
| | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | |
| | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | |
| | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | |
| | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | |
| | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 12 |
| | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | |
| | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 55 |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante:

14

Total de Pontos:

62

Membro da Comissão:

Jéssica Ribeiro

Assinatura:

Jéssica M. Ribeiro

| QUESITOS - VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA |
|--|--|--|-------------------------------|
| 1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; | Nota Máxima: 0 a 10 8 |
| | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; | |
| | c) Clareza e objetividade. | 9 a 10 – atende com excelência. | |
| | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; | Nota Máxima: 0 a 20 17 |
| | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; | |
| | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; | |
| | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | 18 a 20 - atende com excelência. | |
| | 3. Ideia Criativa | | |
| | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; | Nota Máxima: 0 a 25 23 |
| | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; | |
| | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; | |
| | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | 22 a 25 – atende com excelência. | |
| | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | |
| | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | |
| | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | |
| a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; | Nota máxima: 0 a 15 14 | |
| b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; | | |
| c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 - atende com excelência. | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 62 |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante:

15

Total de Pontos:

69

Membro da Comissão:

Jéssica Ribeiro

Assinatura:

Jéssica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | | |
|--|-----------------------------------|----------------------------|--|--|--|--|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | | |
| | | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 10 | |
| | | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | | |
| | | | c) Clareza e objetividade. | | | |
| | | | | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | |
| | | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 19 | |
| | | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | | |
| | | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | | |
| | | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | | |
| | | | | | 3. Ideia Criativa | |
| | | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco; 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 25 | |
| | | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | | |
| | | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | | |
| | | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | | |
| | | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | | |
| | | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | | |
| | | | | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | |
| | | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 15 | |
| | | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | | |
| | | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | 69 | | | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

 Licitante: 16

 Total de Pontos: 62

 Membro da Comissão: Jessica Ribeiro

 Assinatura: Jessica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | |
|--|-----------------------------------|----------------------------|--|---|--------------------------------------|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Valor dos pontos de 0 a 70 | 1. Raciocínio Básico | | |
| | | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 <u>9</u> |
| | | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | |
| | | | c) Clareza e objetividade. | | |
| | | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | |
| | | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 <u>16</u> |
| | | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | |
| | | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | |
| | | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | |
| | | | 3. Ideia Criativa | | |
| | | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 <u>23</u> |
| | | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | |
| | | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | |
| | | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | |
| | | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | |
| | | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | |
| | | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | |
| | | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 <u>14</u> |
| | | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | |
| | | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | |
| SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | | <u>62</u> | |

Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

Avaliação de Proposta Técnica * VIA NÃO IDENTIFICADA - INVÓLUCRO Nº 1

Licitante:

17

Total de Pontos:

53

Membro da Comissão:

Jéssica Ribeiro

Assinatura:

Jéssica M. Ribeiro

| QUESITOS | VALOR | CRITÉRIOS | PONTUAÇÃO | NOTA | | |
|----------|-----------------------------------|--|---|--------------------------------------|--|-----------|
| 1 | PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | 1. Raciocínio Básico | | | | |
| | | a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; | 0 – não atende 1 a 3 – atende pouco; 4 a 6 – atende medianamente; 7 a 8 – atende bem; 9 a 10 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 10 7 | | |
| | | b) Compreensão das informações contidas no Anexo I; | | | | |
| | | c) Clareza e objetividade. | | | | |
| | | 2. Estratégia de Comunicação Publicitária | | | | |
| | | a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende relativamente bem; 14 a 17 – atende bem; 18 a 20 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 20 15 | | |
| | | b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; | | | | |
| | | c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; | | | | |
| | | d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida. | | | | |
| | | 3. Ideia Criativa | | | | |
| | | a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; | 0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco 11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência. | Nota Máxima: 0 a 25 18 | | |
| | | b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo; | | | | |
| | | c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; | | | | |
| | | d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; | | | | |
| | | e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material; | | | | |
| | | f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas. | | | | |
| | | 4. Estratégia de Mídia e Não Mídia | | | | |
| | | a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico; | 0 – não atende; 1 a 3 – atende muito pouco; 4 a 6 – atende pouco; 7 a 9 – atende medianamente; 10 a 13 – atende bem; 14 a 15 – atende com excelência. | Nota máxima: 0 a 15 13 | | |
| | | b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; | | | | |
| | | c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. | | | | |
| | | SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4 | | | | 53 |