

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: 57

 Membro da Comissão: NANGI ALEIXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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>8</b>	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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>15</b>	
		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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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>20</b>	
		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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
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>14</b>			
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.					
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>			<b>57</b>		

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: 69

 Membro da Comissão: NANCI ALEXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco;	Nota Máxima: 0 a 10  <u>10</u>	
		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.		
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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  <u>19</u>	
		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.		
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco;	Nota Máxima: 0 a 25  <u>25</u>	
		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; 15 a 18 – atende relativamente bem;		
		d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;	19 a 21 – atende bem;		
		e) Exequibilidade e economicidade das peças e do material;	22 a 25 – atende com excelência.		
		f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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  <u>15</u>	
		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.		
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>			<u>69</u>		

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: 58

 Membro da Comissão: NANGI ALEXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco;	Nota Máxima: 0 a 10  <b>7</b>	
		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.		
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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  <b>16</b>	
		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.		
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco;	Nota Máxima: 0 a 25  <b>21</b>	
		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.		
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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  <b>14</b>	
		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.		
		<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>			<b>58</b>

Licitante: 04

 Total de Pontos: 60

 Membro da Comissão: NAUGI ALEXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>		
			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;		9
			c) Clareza e objetividade.		
			<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>		
			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;		17
			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.		
			<b>3. Ideia Criativa</b>		
			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;		20
			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.		
			<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>		
			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;		14
			c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>				60	

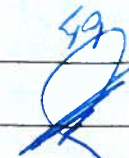
Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

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

 Licitante: 05

 Total de Pontos: 49

 Membro da Comissão: NANI ALIXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	0 – não atende 1 a 3 – atende pouco;	Nota Máxima: 0 a 10  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.		
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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  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.		
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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 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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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  10	
		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.		
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				49	

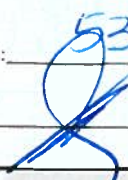
Licitação Publicidade SABESP - Licitação CSS nº 01303/2019 - Proc. nº 10369794

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

 Licitante: 06

 Total de Pontos: 53

 Membro da Comissão: Nanci ALIXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA		
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>				
		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.				
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>				
		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.				
		<b>3. Ideia Criativa</b>				
		a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	0 – não atende; 1 a 6 – atende muito pouco; 7 a 10 – atende pouco	Nota Máxima: 0 a 25	18	
		b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;	11 a 14 – atende medianamente; 15 a 18 – atende relativamente bem; 19 a 21 – atende bem; 22 a 25 – atende com excelência.			
		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.				
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>				
		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.				
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				<b>53</b>		

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: NANI ALEXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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	Nota Máxima: 0 a 10
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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.	10	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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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.	14	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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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.	10	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.					
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>				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: NANCI AZUZO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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  17	
		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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
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.					
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				<b>53</b>	



Licitante: 09

Total de Pontos: 55

Membro da Comissão: NANGI ALUXO

Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>		
			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.	9
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
			c) Clareza e objetividade.		
			<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>		
			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.	36
			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.		
			<b>3. Ideia Criativa</b>		
			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.	39
			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.		
			<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>		
			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.	11
			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.					
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				<b>55</b>	

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: 70

 Membro da Comissão: NANI ALAIXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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>10</u>	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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>20</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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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>25</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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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>15</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.			
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>			<u>70</u>		

Licitante: 11

 Total de Pontos: 50

 Membro da Comissão: NANGI ALIXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>		
			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;		4
			c) Clareza e objetividade.		
			<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>		
			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;		13
			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.		
			<b>3. Ideia Criativa</b>		
			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;		18
			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.		
			<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>		
			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;		12
			c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				50	

Licitante: 12

Total de Pontos: 46

Membro da Comissão: NANI ALEXO

Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>		
			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;		7
			c) Clareza e objetividade.		
			<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>		
			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;		11
			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.		
			<b>3. Ideia Criativa</b>		
			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;		17
			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.		
			<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>		
			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;		11
			c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				46	

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: 53

 Membro da Comissão: NANGI ALUXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>		
			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.	8
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;		
			c) Clareza e objetividade.		
			<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>		
			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.	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.		
			<b>3. Ideia Criativa</b>		
			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.	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.		
			<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>		
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.	11			
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.					
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				<b>53</b>	

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

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

 Licitante: 24

 Total de Pontos: 62

 Membro da Comissão: NANI ALIXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA		
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	Valor dos pontos de 0 a 70	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
			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.	8	
			b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
			c) Clareza e objetividade.			
			<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
			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.	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.			
			<b>3. Ideia Criativa</b>			
			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.	22	
			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.			
			<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
			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.						
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>				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: NANCI ALIXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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.	9	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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.	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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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.	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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
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.	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.					
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>			<b>69</b>		

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

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

 Licitante: 36

 Total de Pontos: 61

 Membro da Comissão: NANA ALIXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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.		
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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  36	
		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.		
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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  34	
		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.		
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquestos 1, 2, 3 e 4</b>			61		



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: 59

 Membro da Comissão: NANCI ALEXO

 Assinatura: 

QUESITOS	VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	
1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	<b>1. Raciocínio Básico</b>			
		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>4</u>	
		b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
		c) Clareza e objetividade.			
		<b>2. Estratégia de Comunicação Publicitária</b>			
		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.			
		<b>3. Ideia Criativa</b>			
		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>19</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.			
		<b>4. Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>			
		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.			
<b>SUBTOTAL 1 - soma dos subquesitos 1, 2, 3 e 4</b>				<u>59</u>	