

35a  
9



Avaliação relativa Proposta de Técnica para a Concorrência Pública nº 01/2021, que deu ensejo ao Edital nº 16/2021, objetivando a contratação de empresa especializada em publicidade Institucional, especificado por Agência e por avaliador na forma como se segue:

Lucas de Toledo Gagliardi

Agência – Dengue não é visita, é intrusa

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
<b>1) Raciocínio Básico</b>		<b>PONTOS (máximo 15)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Guaira/SP e entendimento.	a) Das características do Município de Guaira/SP e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Guaira/SP com seus públicos.	4
	c) Do papel do Município de Guaira/SP no atual contexto social, político e econômico.	3
	<b>SUBTOTAL</b>	9
<b>2) Estratégia de Comunicação</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Guaira/SP.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Guaira/SP, conforme briefing.	2
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	2
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Guaira/SP com seus públicos.	2,5
	d) Adequação da estratégia de comunicação	2

	proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Guaira/SP.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	2,5
	<b>SUBTOTAL</b>	11
<b>3) Idéia Criativa</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Guaira/SP.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Guaira/SP.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	1,5
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Guaira/SP e sua inserção na sociedade.	2
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	2
	h) A exequibilidade das peças.	2
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
		<b>SUBTOTAL</b>
<b>4) Estratégia de Mídia</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	1,5
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Guaira/SP.	2
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e	2

*J* 361 *q.*

	de massa.	
	<b>Subtotal</b>	12,5

Observação: O uso dos recursos de comunicação sendo desnecessários no direcionamento das emissoras regionais, assim como portais de notícias regionais, já que a campanha deve ser direcionada para população de Guaira. No plano de mídias faltou periodicidade da campanha.

Lucas de Toledo Gagliardi  
CPF: 397.775.668-08

*Lucas de Toledo*

Avaliação relativa Proposta de Técnica para a Concorrência Pública nº 01/2021, que deu ensejo ao Edital nº 16/2021, objetivando a contratação de empresa especializada em publicidade Institucional, especificado por Agência e por avaliador na forma como se segue:

Lucas de Toledo Gagliardi

Agência Dengue Perigo

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
<b>1) Raciocínio Básico</b>		<b>PONTOS (máximo 15)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Guaira/SP e entendimento.	a) Das características do Município de Guaira/SP e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	4,5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Guaira/SP com seus públicos.	4,5
	c) Do papel do Município de Guaira/SP no atual contexto social, político e econômico.	4
	<b>SUBTOTAL</b>	13
<b>2) Estratégia de Comunicação</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Guaira/SP.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Guaira/SP, conforme briefing.	2
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	1
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Guaira/SP com seus públicos.	1,5
	d) Adequação da estratégia de comunicação	4

363  
g.

	proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Guairá/SP.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	4
	<b>SUBTOTAL</b>	12,5
<b>3) Idéia Criativa</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Guairá/SP.	1,5
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Guairá/SP.	1
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	1,5
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	1
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Guairá/SP e sua inserção na sociedade.	2
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	1,8
	h) A exequibilidade das peças.	1,2
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
	<b>SUBTOTAL</b>	14
<b>4) Estratégia de Mídia</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	3
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	3
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Guairá/SP.	3
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	3
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e	3

--	--	--	--

J  
304  
9

Justificativa: Houve um erro de conceito de criação onde as peças apresentam um número decrescente de casos de dengue, desestimulando a população na adesão da campanha.

F

Lucas de Toledo Gagliard  
CPF: 397.775.668-08

*Lucas de Toledo*

305  
9

Avaliação relativa Proposta de Técnica para a Concorrência Pública nº 01/2021, que deu ensejo ao Edital nº 16/2021, objetivando a contratação de empresa especializada em publicidade Institucional, especificado por Agência e por avaliador na forma como se segue:

Lucas de Toledo Gagliardi

Agência – Guaira em Guerra Contra a Dengue

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
<b>1) Raciocínio Básico</b>		<b>PONTOS (máximo 15)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Guaira/SP e entendimento.	a) Das características do Município de Guaira/SP e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Guaira/SP com seus públicos.	3
	c) Do papel do Município de Guaira/SP no atual contexto social, político e econômico.	2,5
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>8,5</b>
<b>2) Estratégia de Comunicação</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Guaira/SP.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Guaira/SP, conforme briefing.	3
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	2,5
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Guaira/SP com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de comunicação	2

366  
A

	proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Guaira/SP.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	2,5
	<b>SUBTOTAL</b>	13
<b>3) Idéia Criativa</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Guaira/SP.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Guaira/SP.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	1,5
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	1,5
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	1,9
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Guaira/SP e sua inserção na sociedade.	1,5
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	1,5
	h) A exequibilidade das peças.	1
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
		<b>SUBTOTAL</b>
<b>4) Estratégia de Mídia</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	2
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Guaira/SP.	1
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	1
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e	1



*J*  
367  
g

	de massa.	
	<b>SUBTOTAL</b>	9

Justificativa: Houve perda de pontuação em virtude do plano constar mídia televisiva, uma vez que Guaira não possui emissora de TV local e a cobertura regional torna-se então desinteressante, não justificando o investimento. Também não houve menção de emissoras de rádio locais.

Lucas de Toledo Gagliardi  
CPF: 397.775.668-08

*Lucas de Toledo*

368

Avaliação relativa Proposta de Técnica para a Concorrência Pública nº 01/2021, que deu ensejo ao Edital nº 16/2021, objetivando a contratação de empresa especializada em publicidade Institucional, especificado por Agência e por avaliador na forma como se segue:

Lucas de Toledo Gagliardi

Agência – A dengue está aí

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
<b>1) Raciocínio Básico</b>		<b>PONTOS (máximo 15)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Guaira/SP e entendimento.	a) Das características do Município de Guaira/SP e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	0
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Guaira/SP com seus públicos.	0
	c) Do papel do Município de Guaira/SP no atual contexto social, político e econômico.	0
	<b>SUBTOTAL</b>	0
<b>2) Estratégia de Comunicação</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Guaira/SP.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Guaira/SP, conforme briefing.	2
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	2
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Guaira/SP com seus públicos.	2
	d) Adequação da estratégia de comunicação	2,5

	proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Guaira/SP.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	2
	<b>SUBTOTAL</b>	10,5
<b>3) Idéia Criativa</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Guaira/SP.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Guaira/SP.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	1,5
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Guaira/SP e sua inserção na sociedade.	1,5
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	2
	h) A exequibilidade das peças.	2
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
	<b>SUBTOTAL</b>	17
<b>4) Estratégia de Mídia</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	1
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	1
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	1
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Guaira/SP.	1,5
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	1,5
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e	2

370  
8

	de massa.	
	<b>SUBTOTAL</b>	8

Justificativa: Não atendeu ao item número 1 do referido edital, prejudicando as demais especificações.

Lucas de Toledo Gagliardi  
CPF: 397.775.668-08

371  
9

<b>Proposta Menor Preço</b>	<b>(Pontuação máxima 25 pontos)</b>			
<p>Percentual de desconto a ser concedido ao Município de Guaira/SP, sobre os custos internos, baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo - SINAPRO-SP;</p>	<p>Para fins de valoração da proposta o percentual de descontos será considerado como Número Natural (N) e será multiplicado pelo Coeficiente (0,1), conforme exemplo:</p>			
	<p>Desconto %</p>	<p>N</p>	<p>Coeficiente</p>	<p>Pontuação</p>
	<p>100%</p>	<p>100</p>	<p>0,1</p>	<p>10,00</p>
	<p>75%</p>	<p>75</p>	<p>0,1</p>	<p>7,50</p>
	<p>50%</p>	<p>50</p>	<p>0,1</p>	<p>5,00</p>
	<p>25%</p>	<p>25</p>	<p>0,1</p>	<p>2,50</p>
<p>O percentual de Honorários relativos aos serviços e suprimentos externos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Município, sendo, o percentual máximo de 15% (Quinze por cento), nos termos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária publicada pelo CENP.</p>	<p>Para fins de valoração da proposta serão atribuídas a seguintes pontuações conforme percentual de Honorários a serem cobrados relativos aos serviços e suprimentos.</p>			
	<p>15% = 01 ponto</p>	<p>10% = 06 pontos</p>	<p>5% = 11 pontos</p>	
	<p>14% = 02 pontos</p>	<p>9% = 07 pontos</p>	<p>4% = 12 pontos</p>	
	<p>13% = 03 pontos</p>	<p>8% = 08 pontos</p>	<p>3% = 13 pontos</p>	
	<p>12% = 04 pontos</p>	<p>7% = 09 pontos</p>	<p>2% = 14 pontos</p>	
	<p>11% = 05 pontos</p>	<p>6% = 10 pontos</p>	<p>1% = 15 pontos</p>	
	<p>A pontuação máxima será de 15 pontos nesse quesito.</p>			

372  
P

Avaliação relativa Proposta de Técnica para a Concorrência Pública nº 01/2021, que deu ensejo ao Edital nº 16/2021, objetivando a contratação de empresa especializada em publicidade Institucional, especificado por Agência e por avaliador na forma como se segue:

Lucas de Toledo Gagliardi

Agência – Combate ao mosquito da dengue

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
<b>1) Raciocínio Básico</b>		<b>PONTOS (máximo 15)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Guaira/SP e entendimento.	a) Das características do Município de Guaira/SP e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	4
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Guaira/SP com seus públicos.	4
	c) Do papel do Município de Guaira/SP no atual contexto social, político e econômico.	4,5
	<b>SUBTOTAL</b>	12,5
<b>2) Estratégia de Comunicação</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Guaira/SP.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Guaira/SP, conforme briefing.	3,5
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3,5
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Guaira/SP com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de comunicação	3,5

373  
g

	proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Guaira/SP.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,5
	<b>SUBTOTAL</b>	17
<b>3) Idéia Criativa</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Guaira/SP.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Guaira/SP.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Guaira/SP e sua inserção na sociedade.	2
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	2
	h) A exequibilidade das peças.	2
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
		<b>SUBTOTAL</b>
<b>4) Estratégia de Mídia</b>		<b>PONTOS (máximo 20)</b>
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	3
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	3
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Guaira/SP.	3
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	3
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e	2,5

*J*

374  
*q*

	de massa.	
	<b>SUBTOTAL</b>	17,5

Lucas de Toledo Gagliardi  
CPF: 397.775.668-08

*Lucas de Toledo*