

375

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:

Márcia Renata Carvalho

Agência – Dengue não é visita, é intrusa

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
1) Raciocínio Básico		PONTOS (máximo 15)
Texto de até 04 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Guairá/SP e entendimento.	a) Das características do Município de Guairá/SP e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Guairá/SP com seus públicos.	3,5
	c) Do papel do Município de Guairá/SP no atual contexto social, político e econômico.	3
	SUBTOTAL	9
2) Estratégia de Comunicação		PONTOS (máximo 20)
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 Guairá/SP.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Guairá/SP, conforme briefing.	2,5
	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 Guairá/SP com seus públicos.	2,5
	d) Adequação da estratégia de comunicação	2

Assp

	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.	1,5
	SUBTOTAL	9
3) Idéia Criativa		PONTOS (máximo 20)
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.	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 Guairá/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
		SUBTOTAL
4) Estratégia de Mídia		PONTOS (máximo 20)
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.	3
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2,5
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Guairá/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

377
9.

	de massa.	
	Subtotal	13,5

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.

Márcia Renata Carvalho

CPF: 144.497.558-71

378
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:

Márcia Renata Carvalho

Agência Dengue Perigo

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
1) Raciocínio Básico		PONTOS (máximo 15)
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
	SUBTOTAL	12
2) Estratégia de Comunicação		PONTOS (máximo 20)
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.	2,5
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3
	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	3

Carvalho

374
Q.

	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.	3
	SUBTOTAL	14
3) Idéia Criativa		PONTOS (máximo 20)
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.	1,3
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	1,8
	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.	1,8
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	1,8
	h) A exequibilidade das peças.	1,5
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	1,8
		SUBTOTAL
4) Estratégia de Mídia		PONTOS (máximo 20)
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.	2,8
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,8
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2,8
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Guairá/SP.	2,9
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,9
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e	2,9

	de massa	
	Subtotal	17,1

Aut

380
Q

--	--	--

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.


Marcia Renata Carvalho
CPF: 144.497.558-71

F

381
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:

Márcia Renata Carvalho

Agência – Guaira em Guerra Contra a Dengue

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
1) Raciocínio Básico		PONTOS (máximo 15)
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.	2,5
	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
	SUBTOTAL	7,5
2) Estratégia de Comunicação		PONTOS (máximo 20)
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

aurp

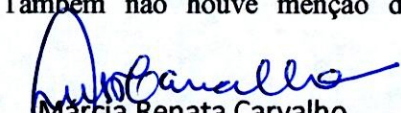
	proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Guairá/SP.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	1,8
	SUBTOTAL	12,3
3) Idéia Criativa		PONTOS (máximo 20)
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Guairá/SP.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Guairá/SP.	1,8
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	1
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	1
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	1,8
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Guairá/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.	1,8
	SUBTOTAL	13,4
4) Estratégia de Mídia		PONTOS (máximo 20)
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.	1,8
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	1,8
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	1,8
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Guairá/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

Ass

383
9.

	de massa.	
	SUBTOTAL	8,4

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.


Marcia Renata Carvalho
CPF: 144.497.558-71

384
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:

Márcia Renata Carvalho

Agência – A dengue está aí

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
1) Raciocínio Básico		PONTOS (máximo 15)
Texto de até 04 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Guairá/SP e entendimento.	a) Das características do Município de Guairá/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 Guairá/SP com seus públicos.	0
	c) Do papel do Município de Guairá/SP no atual contexto social, político e econômico.	0
	SUBTOTAL	0
2) Estratégia de Comunicação		PONTOS (máximo 20)
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 Guairá/SP.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Guairá/SP, conforme briefing.	1,8
	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 Guairá/SP com seus públicos.	1,8
	d) Adequação da estratégia de comunicação	2,5

Aut

	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
	SUBTOTAL	10,1
3) Idéia Criativa		PONTOS (máximo 20)
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.	1,8
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Guaira/SP.	1,8
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	1,5
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	1,8
	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
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	1,5
	h) A exequibilidade das peças.	2
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
	SUBTOTAL	15,4
4) Estratégia de Mídia		PONTOS (máximo 20)
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
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	1
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e	1,5

Caro

386
g

	de massa.	
	SUBTOTAL	6,5

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


Marcia Renata Carvalho
CPF: 144.497.558-71

387
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:

Márcia Renata Carvalho

Agência – Combate ao mosquito da dengue

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	
1) Raciocínio Básico		PONTOS (máximo 15)
Texto de até 04 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Guaiá/SP e entendimento.	a) Das características do Município de Guaiá/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 Guaiá/SP com seus públicos.	3,5
	c) Do papel do Município de Guaiá/SP no atual contexto social, político e econômico.	4
	SUBTOTAL	11,5
2) Estratégia de Comunicação		PONTOS (máximo 20)
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 Guaiá/SP.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Guaiá/SP, conforme briefing.	3,5
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	4
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Guaiá/SP com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de comunicação	3,5

Aut

	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
	SUBTOTAL	17,5
3) Idéia Criativa		PONTOS (máximo 20)
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
	SUBTOTAL	18
4) Estratégia de Mídia		PONTOS (máximo 20)
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.	2,5
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,5
	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

Guara

389
9.

	de massa.	
	SUBTOTAL	16,5

Marcia Carvalho
Márcia Renata Carvalho
CPF: 144.497.558-71

Carla