

EMPRESA " ADEMIR DOS SANTOS ANDRADE COMUNICAÇÕES ":

		RAFAEL LUCAS	MARCOS LUPPI	ISABELA BARBOSA	NOTA FINAL
QUESTO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		Pontuação	Pontuação	Pontuação	Pontuação
Subquesto I Raciocínio básico (NOTAS DE 0 A 5)	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades	4,0	5,0	5,0	4,7
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados,				
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser				
Subquesto II Estratégia de Comunicação Publicitária (NOTAS DE 0 A 20)	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades	16,0	17,0	15,0	16,0
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do				
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a				
	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação				
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara				
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a				
Subquesto III Ideia Criativa (NOTAS DE 0 A 20)	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação	16,0	15,0	15,0	15,3
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de				
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-				
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de				
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações				
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os				
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base				
Subquesto IV Estratégia de Mídia e Não Mídia (NOTAS DE 0 A 10)	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da	10,0	10,0	10,0	10,0
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da				
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia,				
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação				
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação				
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial				
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA PELA EMPRESA AVALIADA		46,0	47,0	45,0	46,0
		RAFAEL LUCAS	MARCOS LUPPI	ISABELA BARBOSA	NOTA FINAL
QUESTO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		Pontuação	Pontuação	Pontuação	Pontuação
QUESTO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (NOTAS DE 0 A 25)	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o	25,0	25,0	25,0	25,0
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a				
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição				
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a Câmara Municipal				
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das				
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA PELA EMPRESA AVALIADA		25,0	25,0	25,0	25,0
		RAFAEL LUCAS	MARCOS LUPPI	ISABELA BARBOSA	NOTA FINAL
QUESTO 3 – REPERTÓRIO		Pontuação	Pontuação	Pontuação	Pontuação
QUESTO 3 – REPERTÓRIO (NOTAS DE 0 A 10)	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente,	10,0	10,0	10,0	10,0
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às				
	c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.				
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA PELA EMPRESA AVALIADA		10,0	10,0	10,0	10,0
		RAFAEL LUCAS	MARCOS LUPPI	ISABELA BARBOSA	NOTA FINAL
QUESTO 4 – RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		Pontuação	Pontuação	Pontuação	Pontuação
QUESTO 4 – RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (NOTAS DE 0 A 10)	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na	10,0	10,0	10,0	10,0
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance				
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a				
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.				
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA PELA EMPRESA AVALIADA		10,0	10,0	10,0	10,0
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA		91,0	92,0	90,0	91,0

EMPRESA " QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA":

QUESTO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		RAFAEL LUCAS	MARCOS LUPPI	ISABELA BARBOSA	NOTA FINAL
		Pontuação	Pontuação	Pontuação	Pontuação
Subquesto I Raciocínio básico (NOTAS DE 0 A 5)	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades	3,0	3,0	3,0	3,0
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados,				
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser				
Subquesto II Estratégia de Comunicação Publicitária (NOTAS DE 0 A 20)	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades	15,0	14,0	12,0	13,7
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do				
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a				
	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação				
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara				
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a				
Subquesto III Ideia Criativa (NOTAS DE 0 A 20)	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação	16,0	15,0	15,0	15,3
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de				
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-				
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de				
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações				
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os				
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base				
Subquesto IV Estratégia de Mídia e Não Mídia (NOTAS DE 0 A 10)	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da	5,0	6,0	7,0	6,0
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da				
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia,				
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação				
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação				
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial				
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA PELA EMPRESA AVALIADA		39,0	38,0	37,0	38,0
QUESTO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		RAFAEL LUCAS	MARCOS LUPPI	ISABELA BARBOSA	NOTA FINAL
		Pontuação	Pontuação	Pontuação	Pontuação
QUESTO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (NOTAS DE 0 A 25)	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o	25,0	25,0	25,0	25,0
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a				
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição				
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a Câmara Municipal				
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das				
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA PELA EMPRESA AVALIADA		25,0	25,0	25,0	25,0
QUESTO 3 – REPERTÓRIO		RAFAEL LUCAS	MARCOS LUPPI	ISABELA BARBOSA	NOTA FINAL
		Pontuação	Pontuação	Pontuação	Pontuação
QUESTO 3 – REPERTÓRIO (NOTAS DE 0 A 10)	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente,	10,0	10,0	10,0	10,0
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às				
	c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.				
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA PELA EMPRESA AVALIADA		10,0	10,0	10,0	10,0
QUESTO 4 – RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		RAFAEL LUCAS	MARCOS LUPPI	ISABELA BARBOSA	NOTA FINAL
		Pontuação	Pontuação	Pontuação	Pontuação
QUESTO 4 – RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (NOTAS DE 0 A 10)	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na	10,0	10,0	10,0	10,0
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance				
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a				
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.				
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA PELA EMPRESA AVALIADA		10,0	10,0	10,0	10,0
PONTUAÇÃO TOTAL OBTIDA		84,0	83,0	82,0	83,0